

DAFTAR ISTILAH

Komunikasi pemasaran	Sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk atau jasa yang dijual.
<i>Depth interview</i>	Proses memperoleh keterangan dalam penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber.
Metode <i>Benchmarking</i>	Proses mengidentifikasi, menganalisis, dan mengadaptasi praktik-praktik terbaik pesaing secara sistematis untuk perbaikan bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja dan mengurangi kesenjangan antara perusahaan dengan pesaingnya yang lebih unggul.
<i>Analytical Hierarchy Process</i>	Model pendukung pengambilan keputusan dengan menguraikan masalah keputusan multikriteria yang tidak terstruktur menjadi sebuah hierarki.
<i>Key Performance Indicator</i>	Nilai terukur yang digunakan untuk mengukur kinerja dan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bisnis.
<i>Non-probability Sampling</i>	Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.
<i>Purposive Sampling</i>	Pengambilan sampel yang disebarkan pada responden dengan pertimbangan tertentu sehingga dapat memberikan informasi atau memenuhi beberapa kriteria yang peneliti inginkan.
<i>Influencer</i>	Orang-orang yang memiliki pengikut yang cukup banyak di media sosial dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikut tersebut.
<i>Website</i>	Media komersial yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan bisnis.
<i>Sponsorship</i>	Sebuah kegiatan dalam mendukung kebutuhan finansial maupun non finansial untuk sebuah organisasi, perorangan ataupun penyelenggara sebuah acara.