

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Deskripsi	Halaman Pertama Kali Digunakan
<i>Brand Awareness</i>	: Kemampuan konsumen dalam mengingat dan mengenali sebuah merek.	2
<i>Positioning</i>	: Strategi yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan identitas dan citra yang baik terhadap pikiran konsumen.	4
<i>Multidimensional Scaling</i>	: Kelas prosedur dalam merepresentasikan persepsi responden secara spasial dengan tampilan visual.	4
<i>Perceptual Mapping</i>	: Peta visual yang menggambarkan posisi suatu merek atau produk	4
<i>Data Output</i>	: Data yang telah diolah menjadi data yang dapat digunakan.	11
<i>Data Input</i>	: Hasil penggalan data mentah yang dibutuhkan untuk diproses menjadi data output.	13
<i>Skala Likert</i>	: Skala psikometrik untuk mengukur pendapat responden dengan nilai.	14
<i>Goodness of Fit</i>	: Uji hipotesis sebuah distribusi data dari sampel dalam membandingkan frekuensi harapan dan frekuensi observasi.	16
<i>R-Square</i>	: Indeks korelasi berdasarkan data input dengan hasil pengolahan metode.	16
<i>Jarak Euclidean</i>	: Perhitungan dari <i>perceptual mapping</i> yang digunakan untuk mengukur dua titik dengan perhitungan matematis (metode heuristic).	21
<i>Non-Probability Sampling</i>	: Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi populasi untuk dipilih.	23
<i>Point of Difference</i>	: Aspek yang berfokus pada manfaat yang diberikan suatu merek pada perbedaannya dengan pesaing.	53
<i>Point of Parity</i>	: Aspek yang harus dipenuhi oleh pemasar suatu merek agar produknya dapat diterima oleh konsumen.	53