

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Definisi
UMKM	Jenis usaha yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok sesuai dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan, seperti jumlah tenaga kerja, omset tahunan, atau aset usaha yang berskala kecil hingga menengah.
<i>Social Media Marketing</i>	Strategi pemasaran yang memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa.
<i>Brand Awareness</i>	Kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek, termasuk nama, logo, atau atribut lainnya, saat mereka dihadapkan pada kategori produk tertentu.
<i>Engagement Rate</i>	Metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat interaksi audiens terhadap konten yang dibagikan di platform media sosial
<i>In-depth Interview</i>	Wawancara mendalam yang dilakukan langsung untuk mendapatkan informasi, pandangan, motivasi, dan pengalaman dari responden secara detail. Wawancara ini bersifat santai, tidak kaku, dan bertujuan untuk memahami pendapat atau sudut pandang responden tentang suatu topik.
<i>Voice of Customer</i>	Pendekatan untuk mengumpulkan dan menganalisis pandangan, kebutuhan, harapan, serta pengalaman pelanggan terkait produk atau layanan tertentu
<i>True Customer Needs</i>	Ukuran untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan.
<i>Customer Satisfaction Coefficient (CSC)</i>	Ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan, berdasarkan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
<i>GAP</i>	Perbedaan atau kesenjangan antara dua kondisi,
<i>Hashtag</i>	Label berbentuk kata atau frasa yang diawali dengan simbol # untuk mengelompokkan konten di media sosial.
<i>Nonprobability Sampling</i>	Metode pengambilan sampel di mana pemilihan peserta tidak dilakukan secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Artinya, setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel.
<i>Purposive Sampling</i>	Metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat interaksi audiens terhadap konten yang dibagikan di platform media sosial