

DAFTAR TERMINOLOGI

BTL	Strategi dengan pendekatan langsung dan personal kepada konsumen menggunakan media seperti <i>sponsorship</i> , <i>event</i> , <i>sampling</i> , dan promosi di titik penjualan.
ATL	Strategi pemasaran massal melalui media seperti televisi, radio, dan media sosial untuk menjangkau audiens luas.
<i>Marketing Mix</i>	Konsep pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi yang digunakan untuk menyusun strategi pemasaran.
UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berperan penting dalam perekonomian lokal dan nasional.
<i>Brand Image</i>	Persepsi dan pandangan konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, informasi, dan asosiasi tertentu.
<i>Sponsorship</i>	Kegiatan dukungan terhadap acara atau organisasi untuk tujuan promosi, meningkatkan visibilitas merek secara langsung.
<i>Sampling</i>	Strategi memberikan contoh produk gratis kepada calon konsumen untuk menciptakan pengalaman langsung terhadap produk.
<i>Event Marketing</i>	Kegiatan promosi yang dilakukan dalam acara tertentu untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen.
<i>Customer Engagement</i>	Interaksi aktif dan emosional antara konsumen dan merek untuk membangun hubungan jangka panjang.
WOM	Promosi dari mulut ke mulut berdasarkan pengalaman dan rekomendasi konsumen.
<i>Brand Loyalty</i>	Kecenderungan konsumen untuk terus membeli produk dari merek tertentu karena kepuasan dan kepercayaan.