

## DAFTAR ISTILAH

| Istilah                               | Deskripsi                                                                                                                                                      | Halaman pertama digunakan |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <i>Affiliate Marketing</i>            | : Pemasaran melalui pihak ketiga yang menerima komisi.                                                                                                         | 21                        |
| <i>Analytical Hierarchy Process</i>   | : Metode untuk mengambil keputusan yang digunakan untuk menentukan prioritas kriteria dan subkriteria melalui perbandingan berpasangan.                        | 14                        |
| <i>Awareness</i>                      | : Kesadaran pelanggan.                                                                                                                                         | 4                         |
| <i>Benchmarking</i>                   | : Proses membandingkan kinerja suatu organisasi dengan organisasi lain yang dianggap sebagai pemimpin atau yang paling unggul di industri atau pasar tertentu. | 14                        |
| <i>Brand</i>                          | : Identitas perusahaan atau produk yang mencakup citra dan nilai.                                                                                              | 4                         |
| <i>Branding</i>                       | : Proses menciptakan dan mengelola citra merek.                                                                                                                | 11                        |
| <i>Brand Awareness</i>                | : Tingkat seberapa dikenal suatu merek oleh pelanggan dan kemampuan mereka untuk mengingat merek tersebut di pasar.                                            | 4                         |
| <i>Broadcast</i>                      | : Penyebaran pesan ke audiens besar.                                                                                                                           | 20                        |
| <i>Business to Consumer</i>           | : Bisnis yang menjual langsung ke konsumen.                                                                                                                    | 4                         |
| <i>Business to Business</i>           | : Bisnis yang menjual kepada bisnis lain.                                                                                                                      | 4                         |
| <i>Channel/Touchpoint Integration</i> | : Penggabungan berbagai saluran komunikasi.                                                                                                                    | 13                        |
| <i>Chatbot</i>                        | : Program AI untuk percakapan otomatis dengan pengguna.                                                                                                        | 20                        |
| <i>Comparative Judgement</i>          | : Teknik perbandingan untuk menentukan prioritas.                                                                                                              | 26                        |
| <i>Compound Annual Growth Rate</i>    | : Pertumbuhan tahunan rata-rata dari investasi atau bisnis.                                                                                                    | 3                         |
| <i>Consistency Index</i>              | : Ukuran untuk mengevaluasi konsistensi perbandingan berpasangan.                                                                                              | 28                        |

|                                         |                                                                                                                                                                                         |     |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Consistency Ratio</i>                | : Mengukur konsistensi dalam perbandingan keputusan.                                                                                                                                    | 28  |
| <i>Consumption</i>                      | : Penggunaan produk setelah dibeli.                                                                                                                                                     | 19  |
| <i>Content Management</i>               | : Proses pembuatan dan pengelolaan konten.                                                                                                                                              | 13  |
| <i>Conversion Rate</i>                  | : Persentase pengunjung yang melakukan tindakan setelah melihat iklan atau mengunjungi situs.                                                                                           | 54  |
| <i>Cost-per-action</i>                  | : Pengiklan membayar hanya ketika pengguna melakukan tindakan spesifik, seperti pembelian atau pendaftaran.                                                                             | 134 |
| <i>Cost-per-click</i>                   | : Pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik.                                                                                                                                   | 134 |
| <i>Customer Feedback Loop</i>           | : Pengumpulan dan analisis umpan balik pelanggan.                                                                                                                                       | 13  |
| <i>Customer Journey Mapping</i>         | : Visualisasi langkah pelanggan dari mengetahui hingga membeli.                                                                                                                         | 19  |
| <i>Customer Relationship Management</i> | : Sistem untuk mengelola interaksi, data, komunikasi, dan penjualan dengan pelanggan.                                                                                                   | 105 |
| <i>Decomposition</i>                    | : Memecah masalah kompleks menjadi bagian lebih kecil.                                                                                                                                  | 26  |
| <i>Digital</i>                          | : Segala hal terkait teknologi informasi yang menggunakan sistem berbasis angka untuk menyimpan, mengelola, dan mengirim data, termasuk media, pemasaran, dan platform <i>digital</i> . | 2   |
| <i>Digital Marketing</i>                | : Strategi pemasaran yang memanfaatkan saluran <i>digital</i> , seperti media sosial, <i>e-mail</i> , dan <i>website</i> , untuk berkomunikasi dengan audiens.                          | 21  |
| <i>Direct Mail</i>                      | : Pengiriman materi pemasaran langsung kepada pelanggan.                                                                                                                                | 20  |
| <i>E-commerce</i>                       | : Proses pembelian dan penjualan produk atau layanan secara <i>online</i> melalui platform atau situs web.                                                                              | 2   |
| <i>Eigen Value</i>                      | : Nilai yang terkait dengan <i>eigen vector</i> dalam matriks.                                                                                                                          | 28  |

|                                            |                                                                                                                       |    |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Eigen Vector</i>                        | : Vektor yang tidak berubah arah saat diterapkan matriks.                                                             | 28 |
| <i>E-mail Marketing</i>                    | : Pemasaran melalui <i>e-mail</i> .                                                                                   | 21 |
| <i>Engagement</i>                          | : Keterlibatan aktif pelanggan dengan konten atau platform, seperti memberi <i>like</i> , mengklik, atau berkomentar. | 53 |
| <i>Engaging</i>                            | : Tingkat interaksi pengguna dengan konten.                                                                           | 11 |
| <i>Fashion</i>                             | : Gaya berpakaian dan aksesoris yang sedang tren.                                                                     | 1  |
| <i>Feed</i>                                | : Konten yang muncul secara berkelanjutan di media sosial.                                                            | 11 |
| <i>Fishbone Diagram</i>                    | : Alat untuk menganalisis penyebab masalah.                                                                           | 13 |
| <i>Gap</i>                                 | : Perbedaan antara kondisi saat ini dan tujuan yang ingin dicapai.                                                    | 24 |
| <i>Geometric Mean</i>                      | : Rata-rata yang dihitung dengan mengalikan nilai-nilai dan mengambil akar pangkat.                                   | 26 |
| <i>Highlights</i>                          | : Fitur untuk menyorot dan menyimpan konten di media sosial.                                                          | 11 |
| <i>In-Depth Interview</i>                  | : Wawancara mendalam untuk menggali informasi lebih lanjut.                                                           | 10 |
| <i>Influencer</i>                          | : Orang yang memengaruhi keputusan pembelian melalui media sosial.                                                    | 11 |
| <i>Influencer &amp; Community Strategy</i> | : Strategi untuk memanfaatkan <i>influencer</i> dan membangun komunitas.                                              | 13 |
| <i>Key Performance Indicator</i>           | : Ukuran untuk mengevaluasi keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan.                                            | 25 |
| <i>Landing Pages</i>                       | : Halaman web yang dirancang untuk tujuan khusus, seperti mengonversi pengunjung atau mengumpulkan informasi.         | 99 |
| <i>Loyalty</i>                             | : Keterikatan pelanggan dengan merek atau perusahaan, terlihat dari pembelian ulang atau hubungan jangka panjang.     | 54 |

|                              |                                                                                                                                                               |     |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Marketplace</i>           | : Platform daring yang menyediakan ruang bagi berbagai penjual untuk memasarkan produk dan layanan mereka kepada sejumlah pembeli.                            | 34  |
| <i>Media Strategy</i>        | : Pemilihan saluran media untuk kampanye pemasaran.                                                                                                           | 13  |
| <i>Message Strategy</i>      | : Rencana untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens.                                                                                                       | 13  |
| <i>Meta Ads</i>              | : Iklan yang menargetkan audiens menggunakan data dan analitik.                                                                                               | 4   |
| <i>Monitoring</i>            | : Pengawasan terhadap aktivitas atau performa.                                                                                                                | 24  |
| <i>Omnichannel</i>           | : Penggunaan berbagai saluran komunikasi dan distribusi secara terhubung untuk menciptakan pengalaman yang konsisten bagi pelanggan di semua titik interaksi. | 17  |
| <i>Online</i>                | : Terhubung dengan internet atau jaringan komputer.                                                                                                           | 1   |
| <i>On-time Delivery Rate</i> | : Persentase pengiriman yang sampai tepat waktu sesuai janji.                                                                                                 | 55  |
| <i>Pairwise Comparison</i>   | : Perbandingan dua elemen untuk memilih yang terbaik.                                                                                                         | 26  |
| <i>Payment Success Rate</i>  | : Persentase pembayaran yang berhasil dibandingkan yang tidak berhasil.                                                                                       | 54  |
| <i>Pay-per-click</i>         | : Pengiklan membayar hanya saat iklan diklik, bukan saat ditampilkan.                                                                                         | 134 |
| <i>Perceived Value</i>       | : Nilai yang dirasakan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan.                                                                                          | 36  |
| <i>Point of Sale</i>         | : Sistem yang memfasilitasi transaksi penjualan, mengelola pembayaran, dan mencatat inventaris.                                                               | 100 |
| <i>Quick Replies</i>         | : Jawaban otomatis dalam percakapan <i>digital</i> .                                                                                                          | 11  |
| <i>Random Index</i>          | : Ukuran untuk menilai konsistensi acak dalam perbandingan berpasangan.                                                                                       | 28  |
| <i>Recognition</i>           | : Kemampuan pelanggan mengenai merek.                                                                                                                         | 19  |
| <i>Recall</i>                | : Kemampuan pelanggan mengingat merek tanpa bantuan visual.                                                                                                   | 19  |

|                                   |                                                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Retention</i>                  | : Kemampuan perusahaan untuk menjaga agar pelanggan tetap setia dalam jangka waktu yang lama.                                                         | 55  |
| <i>Return on Ad Spend</i>         | : Ukuran untuk menilai efektivitas iklan dengan membandingkan pendapatan yang dihasilkan dengan biaya iklan.                                          | 134 |
| <i>Satisfaction</i>               | : Seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan yang mereka terima.                                                                              | 54  |
| <i>Search Engine</i>              | : Sistem untuk mencari informasi di internet.                                                                                                         | 21  |
| <i>Search Engine Optimization</i> | : Teknik untuk meningkatkan visibilitas situs di mesin pencari.                                                                                       | 134 |
| <i>Sentiment Analysis Tools</i>   | : Alat untuk menganalisis perasaan atau opini dalam teks yang umumnya menilai umpan balik.                                                            | 102 |
| <i>Social Media Marketing</i>     | : Strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek.                                                  | 2   |
| <i>Synthesis of Priority</i>      | : Menyatukan hasil perbandingan untuk menentukan prioritas.                                                                                           | 27  |
| <i>Tone</i>                       | : Gaya komunikasi yang digunakan dalam konten.                                                                                                        | 11  |
| <i>Trade-in Offers</i>            | : Program untuk menukar barang lama dengan yang baru atau mendapatkan potongan harga saat membeli.                                                    | 54  |
| <i>Travelling</i>                 | : Aktivitas bepergian ke tempat tertentu untuk tujuan rekreasi atau lainnya.                                                                          | 3   |
| <i>Utilitarian</i>                | : Menekankan pada kegunaan praktis suatu produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah dengan cara yang efisien.               | 37  |
| <i>Voice of Customer</i>          | : Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan wawasan terkait pengalaman serta preferensi pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan. | 11  |
| <i>Website</i>                    | : Kumpulan halaman yang dapat diakses <i>online</i> yang berisi informasi atau layanan dari individu atau organisasi untuk berbagai keperluan.        | 4   |