

DAFTAR ISTILAH

<i>Trustworthiness</i>	: Kepercayaan
<i>Expertise</i>	: Keahliannya dalam bidangnya
<i>Likeability</i>	: Mempunyai sifat menyenangkan
<i>Rational appeals</i>	: Daya tarik rasional
<i>One-site Argument</i>	: Mengenai apakah pemasar harus memberikan pujian-pujian akan keunggulan produk tersebut saja
<i>Self Interest</i>	: Minat Pribadi
<i>Tagline</i>	: Kalimat pendek <i>catchy</i> dan <i>memorable</i> yang merangkum keseluruhan pesan, inti dari brand, brand personality dan positioning, sekaligus membedakan dari produk kompetitor
<i>Positioning</i>	: Tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu di ingatan konsumen . Sehingga dengan demikian konsumen segmen memahami dan menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya
<i>Brand</i>	: Suatu nama, kata, simbol, tanda dan desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu
<i>Brand Personality</i>	: Kepribadian merek adalah topik yang menarik dan penting dalam penelitian bidang marketing saat ini, karena dapat membantu untuk membedakan merek dengan merek lainnya, membangun aspek emosional dan memperbesar makna personal suatu merek.

<i>Big Idea</i>	: Ide yang besar memiliki daya magnet dan daya tarik yang luar biasa dalam menarik konsumen dan mendorong mereka membeli produk yang diiklankan
<i>Single Minded Proposition</i>	: Suatu cara menyampaikan pesan produk dengan menampilkan cara kerja sebuah produk dan fitur dari produk atau menjadi pesan yang paling membedakan dan memotivasi tentang merek yang bisa dijual ke pasar sasaran, harus memperhatikan berbagai keuntungan merek, lebih dari sekedar ciri-ciri merek tersebut
<i>Life Style</i>	: Gaya hidup
<i>Habit</i>	: Kebiasaan
<i>Direct Mail</i>	: Suatu format pemasaran yang mencoba untuk menyajikan konsumen potensi dengan suatu pesan mengenai suatu produk spesifik atau layanan yang spesifik bukannya sederhananya meningkat profil dari suatu merek, yang mana tujuannya adalah tentang iklan
<i>Public Presentation</i>	: Iklan memungkinkan setiap orang menerima pesan yang sama tentang produk yang diiklankan
<i>True Customer Needs</i>	: Atribut kebutuhan yang dijadikan prioritas pengembangan produk
<i>Pervasiveness</i>	: Iklan yang sama dapat diulang-ulang untuk memantapkan penerimaan informasi
<i>Amplified Expressiveness</i>	: Iklan mampu mendramatisasi perusahaan dan produknya melalui gambar dan suara untuk menggoyangkan perasaan <i>audience</i>

- Impersonality* : Iklan tidak bersifat memaksa *audience* untuk memperhatikan dan menanggapi, karena merupakan komunikasi yang monolog
- Prospecting* : Mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka
- Communicating* : Memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan
- SPSS : Statistical Product and Service Solution adalah program aplikasi yang digunakan untuk perhitungan statistik dengan menggunakan komputer.