

DAFTAR ISTILAH

| Istilah | Deskripsi | Halaman Pertama Kali Digunakan |
|------------------------|---|--------------------------------|
| <i>Advertising</i> | : Segala bentuk presentasi dan promosi dari sebuah ide, barang, dan jasa dengan menggunakan media seperti koran, iklan di internet, televisi, radio dan lainnya. | 5 |
| AHP | : Sebuah metode yang dikembangkan oleh Saaty pada tahun 1980 untuk mengelola elemen multi Elemen kualitatif dan kuantitatif yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan. | 8 |
| <i>Benchmarking</i> | : Proses untuk mencari praktik atau metode terbaik pada bidang industri dengan membandingkan kinerja perusahaan dengan perusahaan yang lebih unggul dengan tujuan untuk mencapai performansi yang maksimal. | 8 |
| <i>Brand</i> | : Suatu nama, istilah, simbol, desain atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasikan produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. | 3 |
| <i>Brand Awareness</i> | : Suatu istilah strategi pemasaran yang dapat menggambarkan tingkat kesadaran konsumen terhadap suatu produk. | 3 |
| <i>Cargo Jeans</i> | : Sebuah model celana denim yang memiliki ciri khas terdapat kantong di bagian kanan kirinya bisa membawa banyak barang. | 1 |
| CI | : <i>Consistency Index</i> adalah nilai eigen terbesar dari matriks berordo-n. | 18 |

| | | |
|--------------------------------------|--|----|
| <i>Competitive Intelligence</i> | : Proses pemantauan kompetitif pada lingkungan persaingan. | 15 |
| CR | : <i>Consistency Ratio</i> adalah perbandingan antara CI (<i>Consistency Index</i>) dengan RI (<i>Random Index</i>). | 18 |
| <i>Direct and Database Marketing</i> | : Sebuah aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui surat, <i>email</i> , <i>fax</i> , dan telepon untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan konsumen atau calon konsumen. | 5 |
| <i>Email blast</i> | : Aktivitas mengirimkan email kepada banyak penerima pada waktu bersamaan. | 56 |
| <i>E-marketplace</i> | : Pasar online yang mempertemukan penjual dan pembeli dengan tidak harus bertatap muka atau bertemu langsung. | 2 |
| <i>Engagement Rate</i> | : Persentase interaksi antara suatu akun di media social dengan para pengikutnya. | 3 |
| <i>Events and Experience</i> | : Sebuah upaya dari perusahaan untuk membangun interaksi yang lebih kuat dengan konsumen. | 5 |
| <i>Fashion</i> | : Sebuah ekspresi estetika yang populer pada waktu, masa, tempat tertentu dan dalam konteks berpakaian. | 1 |
| <i>Free shipping</i> | : Salah satu penerapan promosi dengan cara membebaskan biaya ongkos kirim suatu produk. | 55 |
| <i>Gap</i> | : Jarak yang terdapat antara dua perusahaan. | 8 |

| | | | |
|--|---|---|----|
| <i>Geomean</i> | : | Nilai rata-rata yang diperoleh dengan mengalikan semua data dalam suatu kelompok sampel. Kemudian di akar pangkatkan dengan banyaknya data sampel tersebut. | 41 |
| <i>Gift</i> | : | Hadiah yang diberikan oleh perusahaan untuk konsumen. | 54 |
| IMC | : | Integrated Marketing Communication adalah koordinasi yang saling terintegrasi dari keseluruhan alat komunikasi pemasaran dan sumber daya di suatu perusahaan untuk memaksimalkan dampak positif bagi pelanggan. | 11 |
| KPI | : | Key Performance Indicator (KPI) adalah pengukuran bagaimana suatu perusahaan atau organisasi menjalankan visi yang mereka miliki. | 19 |
| <i>Mobile Marketing</i> | : | Bentuk pemasaran online yang ditujukan langsung kepada telepon genggam, smartphone, dan tablet dari konsumen. | 5 |
| Nilai Eigen | : | Nilai karakteristik dari suatu matriks. | 18 |
| <i>Online and Social Media Marketing</i> | : | Sebuah aktivitas dan program yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen atau calon konsumen melalui media sosial. | 5 |
| <i>Pairwise Comparison</i> | : | Metode perbandingan berpasangan yang dapat digunakan untuk memperoleh kecenderungan terkait dari setiap Elemen yang dibandingkan. | 17 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| PDRB | : Produk domestik regional bruto adalah jumlah nilai yang timbul dari seluruh sektor perekonomian di daerah tersebut. | 1 |
| <i>Personal Selling</i> | : Interaksi penjualan tatap muka yang dilakukan dengan konsumen. | 5 |
| <i>Priority Vector</i> | : Operasi dalam AHP dengan membagi jumlah total nilai alternatif dan jumlah alternatif. | 19 |
| <i>Public Relations and Publicity</i> | : Sebuah program yang dilakukan secara internal kepada karyawan, konsumen, pemerintah, dan media yang memiliki tujuan untuk mempromosikan citra perusahaan atau produk. | 5 |
| <i>Purposive Sampling</i> | : Penentuan sampel memiliki ketentuan atau target tertentu dan tidak memilih sampel secara acak. | 39 |
| <i>RI</i> | : Random Index adalah nilai yang ditentukan berdasarkan jumlah alternatif pada pengolahan AHP. | 18 |
| <i>Sales Promotion</i> | : Sebuah pemberian insentif dalam jangka pendek yang memiliki tujuan meningkatkan keinginan untuk melakukan pembelian produk oleh konsumen. | 5 |
| <i>Selvedge Jeans</i> | : Sebuah model celana denim yang memiliki ciri khas tepi kainnya yang melipat dan tidak terurai. | 1 |

| | | |
|-----------------------|--|----|
| <i>Skinny Jeans</i> | : Sebuah model celana denim yang berbentuk seperti pensil dan ketat. | 1 |
| <i>Slim Fit Jeans</i> | : Sebuah model celana denim memiliki karakteristik potongan mengerucut mulai dari pinggang sampai ujung celana tetapi lebih longgar dibandingkan <i>skinny jeans</i> . | 3 |
| <i>Stakeholders</i> | : Orang-orang yang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. | 11 |
| <i>Straight Jeans</i> | : Sebuah model celana denim memiliki lebar yang sama mulai dari bagian lutut hingga tumit. | 1 |
| Aplikasi berpesan | : Aplikasi yang khusus digunakan untuk berpesan. | 56 |
| <i>Trucker</i> | : Penamaan untuk jaket berbahan denim. | 1 |