

## DAFTAR ISTILAH

Istilah	Deskripsi	Halaman pertama kali muncul
PDB	Produk Domestik Bruto, yaitu nilai pasar semua barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada periode tertentu	1
<i>Switching cost</i>	biaya yang dikeluarkan pelanggan sebagai akibat dari perubahan merek, pemasok, atau produk.	5
<i>Word of mouth</i>	Strategi pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut yang bersifat gratis untuk suatu merek yang dilakukan secara sadar atau tidak sadar oleh para pelanggan tetapnya.	5
<i>Weighted score</i>	Skor tertimbang	20
<i>Grow and Build</i>	Strategi tumbuh dan membangun	21
<i>Hold and Maintain</i>	Strategi bertahan dan memelihara	21
<i>Harvest or Divest</i>	Strategi panen atau melepaskan	21
<i>SPACE Matrix</i>	matriks yang menentukan posisi strategis yang terdiri dari empat kuadran yang menunjukkan strategi agresif, konservatif, defensif, dan kompetitif yang paling sesuai bagi suatu perusahaan	25
<i>BCG Matrix</i>	Menunjukkan perbedaan antara posisi pangsa pasar relatif dengan tingkat pertumbuhan industri dengan cara mengamati posisi pangsa pasar dan tingkat pertumbuhan industri. Matriks BCG terdiri dari empat kuadran yaitu star, cash cows, question mark, dan dog	25
<i>Grand Strategy Matrix</i>	alat analisis dalam merumuskan berbagai alternatif strategi dimana unit bisnis strategis diposisikan pada salah satu dari keempat kuadran strategis yang didasarkan atas dua dimensi yaitu posisi persaingan dan	25

	pertumbuhan pasar.	
<i>Attractiveness Score</i>	Skor ketertarikan	26
<i>Matriks Pairwise</i>	metode perbandingan berpasangan yang digunakan dalam studi ilmiah. Pairwise Comparison Matrix biasanya mengacu pada setiap proses membandingkan setiap varians berpasangan untuk menilai yang mana dari setiap varians yang memiliki performa lebih baik.	28
<i>Eigen Value</i>	Nilai eigen	28
<i>Principal Eigen Value</i>	Nilai priority vector dikali hasil setiap faktor dari matriks pairwise	28
<i>Random Index</i>	Indeks acak	28
<i>Consistency Ratio</i>	Rasio konsistensi, hasil perbandingan antara Indeks Konsistensi (CI) dengan Indeks Random (RI)	28
<i>Customer Segment,</i>	cara mempersonalisasi pesan pemasaran customer untuk berkomunikasi lebih baik dengan berbagai kelompok pelanggan, lalu kalau customer adalah bagian penting dari sebuah perusahaan, jika suatu perusahaan tidak ada customer maka percuma saja.	30
<i>Value Proposition,</i>	suatu nilai yang dijanjikan perusahaan untuk diberikan kepada pelanggan jika mereka membeli produknya.	30
<i>Channels,</i>	Saluran pemasaran	30
<i>Customer Relationship,</i>	Relasi dengan konsumen	30
<i>Revenue Streams,</i>	Aliran pendapatan yang berkaitan dengan dana yang dimiliki perusahaan untuk dikembangkan dikelola.	30
<i>Key Resources,</i>	aset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi	30
<i>Key Activities,</i>	semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.	30
<i>Key Partnership</i>	pihak-pihak yang bisa Anda ajak kerjasama dengan tujuan untuk menyokong dan mengoptimalkan alokasi sumber daya, mengurangi resiko dan ketidakpastian persaingan, serta meningkatkan kinerja.	30

<i>Cost Structure.</i>	biaya yang mengacu pada jenis dan juga proporsi relatif dari biaya tetap dan variabel yang dikeluarkan secara rutin oleh perusahaan.	30
<i>Expert judgement</i>	istilah yang merujuk secara khusus pada teknik penilaian yang dibuat berdasarkan seperangkat kriteria dan/atau keahlian tertentu yang telah diperoleh di area pengetahuan tertentu, atau bidang produk, disiplin tertentu, industri, dll.	39
<i>Dondurma</i>	Es krim dari Turki yang dicampur salep	56
<i>Priority vector</i>	Bobot	66
<i>Costumer Relationship Management</i>	strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi.	78
<i>Brand awareness</i>	sebuah istilah yang menggambarkan sejauh mana sebuah merek dikenal oleh konsumen	85