

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Deskripsi	Halaman pertama kali digunakan
<i>Brand Awareness</i>	: Kemampuan konsumen dan calon konsumen dalam mengenali suatu merek, produk, atau jasa.	2
<i>Fishbone Diagram</i>	: Diagram visual yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai penyebab dari sebuah kejadian atau proses.	5
<i>Promotion</i>	: Salah satu elemen dalam bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>) yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.	5
<i>Place</i>	: Salah satu elemen dari bauran pemasaran yang berkaitan dengan strategi penyaluran produk atau jasa dari produsen ke konsumen.	5
<i>Perceptual Mapping</i>	: Teknik diagramatik yang digunakan oleh pemasar untuk memvisualisasikan persepsi dan pendapat pelanggan atau calon pelanggan tentang produk, garis produk, atau merek tertentu.	9
<i>Atribut</i>	: Karakteristik atau variabel yang digunakan untuk memetakan objek dalam ruang multidimensi.	9
<i>Likert</i>	: Pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu topik atau pernyataan.	16

<i>R-Square</i>	: Ukuran yang digunakan dalam analisis regresi untuk menunjukkan seberapa baik model regresi cocok dengan data yang diamati.	18
<i>Stress</i>	: Ketidaksesuaian antara representasi ruang multidimensi dengan hubungan antara objek dalam data asli pada <i>perceptual mapping</i> .	19
<i>Goodness of fit</i>	: Ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model MDS cocok dengan data yang diamati.	19
<i>Analisis SWOT</i>	: Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu produk atau merek.	20
<i>Non-probability sampling</i>	: Teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.	31
<i>Screening</i>	: Langkah dalam persiapan data sebelum melakukan analisis kuantitatif untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah dalam data yang tidak valid, atau data yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian.	32
<i>Sampling purposive</i>	: Teknik pengambilan sampel non-probabilitas dengan karakteristik tertentu yang dibutuhkan dalam penelitian.	32
<i>Jarak Euclidean</i>	: Perhitungan jarak yang digunakan untuk mengukur jarak antara objek dalam ruang multidimensi.	35
<i>Platform</i>	: Teknologi atau struktur yang digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan aplikasi, proses, atau teknologi lainnya untuk bisnis dan lainnya.	37
<i>E-commerce</i>	: Bentuk perdagangan yang dilakukan secara <i>online</i> dengan memanfaatkan internet.	64