

## DAFTAR ISTILAH

<b>Istilah</b>	<b>Definisi</b>
<i>Conjoint Analysis</i>	: Teknik multivariat yang dikembangkan secara spesifik untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi untuk berbagai macam objek (produk, servis, atau ide).
Multivariat	: Teknik analisis data yang melibatkan hubungan antar beberapa variabel.
<i>Stimuli</i>	: Kombinasi atribut dan level atribut.
Atribut produk	: Karakteristik tertentu yang dimiliki sebuah produk.
Preferensi	: Pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen.
<i>Purposive sampling</i>	: Teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.
Kuesioner	: Sebuah metode mengumpulkan data responden yang terdiri dari serangkaian pertanyaan relevan untuk penelitian.
<i>Screening question</i>	: Pertanyaan awal yang digunakan untuk menentukan responden dapat lanjut kebagian selanjutnya atau tidak sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan.
<i>Importance value</i>	: Tingkat kepentingan yang menunjukkan atribut yang paling penting bagi konsumen.
<i>Utility</i>	: Nilai yang dapat menginterpretasikan hasil berdasarkan preferensi terhadap atribut-atribut produk atau layanan yang konsumen inginkan.