

## DAFTAR ISTILAH

<b>Istilah</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Halaman Pertama Muncul</b>
Atribut	elemen yang membedakan suatu produk dan memberikan nilai tambahan dan keuntungan yang harus dipertimbangkan saat membuat keputusan pembelian.	7
<i>Conjoint Analysis</i>	teknik statistik multivariat yang digunakan untuk mengukur kepentingan relatif dari berbagai atribut produk atau layanan yang sangat populer dalam riset pemasaran untuk mengetahui preferensi konsumen dan membuat produk atau layanan baru.	9
Utilitas	nilai kegunaan pada tingkat fitur yang digunakan sesuai dengan preferensi konsumen	12
Stimuli	kombinasi dari setiap tingkat karakteristik produk	18
<i>Non-Probability</i>	metode pengambilan sampel yang tidak memberi setiap anggota populasi kesempatan atau peluang yang sama saat dipilih sebagai sampel.	22
<i>Purposive Sampling</i>	penelitian dengan mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan kriteria atau persyaratan sampel.	22
<i>Importance Value</i>	tingkat kepentingan yang ditunjukkan oleh setiap atribut yang menunjukkan atribut yang paling penting	24