

## DAFTAR ISTILAH

<b>Istilah</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Halaman Pertama Muncul</b>
<i>Year-on-year</i>	Perbandingan data suatu tahun dengan periode yang sama di tahun sebelumnya untuk melihat pertumbuhan tahunan.	6
<i>Ambience</i>	Suasana atau atmosfer yang dirasakan konsumen saat berada di suatu tempat.	8
<i>Work From Coffee</i>	Aktivitas bekerja jarak jauh yang dilakukan dari <i>coffee shop</i> sebagai alternatif tempat kerja selain kantor atau rumah	8
<i>Growth Rate</i>	Persentase perubahan suatu variabel dalam periode waktu tertentu, biasanya digunakan untuk mengukur laju pertumbuhan bisnis	9
<i>Revenue Growth</i>	Pertumbuhan pendapatan dari waktu ke waktu yang mengindikasikan peningkatan performa finansial suatu usaha	9
<i>Market Share</i>	Perbandingan penguasaan pasar perusahaan terhadap keseluruhan produk dipasar	10
<i>Heart Share</i>	Tingkat keterikatan emosional konsumen terhadap suatu merek, yang mencerminkan loyalitas dan kedekatan secara psikologis, bukan hanya rasional atau fungsional.	10

<i>In-Depth Interview</i>	Wawancara mendalam yang dilakukan secara tatap muka atau daring untuk menggali informasi, opini, dan pandangan responden secara rinci dan eksploratif.	10
<i>Brand Awareness</i>	Tingkat sejauh mana konsumen mengenali dan mengingat suatu merek sebagai bagian dari kategori produk tertentu	11
<i>Platform</i>	Tempat atau fasilitas dapat berupa perangkat lunak yang memungkinkan aplikasi, layanan, atau produk lainnya untuk beroperasi atau berinteraksi	12
<i>Coffee Mocktail</i>	Minuman non-alkohol yang menggabungkan kopi dengan bahan seperti buah, sirup, atau soda, disajikan menyerupai koktail untuk menciptakan rasa yang unik dan menyegarkan	12
<i>Review</i>	Ulasan atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman, biasanya berupa penilaian, komentar, atau testimoni yang mencerminkan tingkat kepuasan mereka	14
<i>Tagline</i>	Pernyataan singkat dan mudah diingat yang mewakili esensi atau janji utama sebuah brand kepada konsumennya.	15
<i>Value Proposition</i>	Pernyataan nilai utama yang menjelaskan manfaat spesifik yang ditawarkan oleh suatu produk atau jasa dan alasan mengapa konsumen harus	15

memilihnya dibandingkan pesaing.

<i>Fishbone Diagram</i>	Diagram penyebab-akibat yang menyerupai tulang ikan, digunakan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menganalisis penyebab potensial dari suatu masalah atau isu tertentu.	21
<i>Positioning</i>	Strategi atau cara memposisikan suatu produk atau merek di benak konsumen dalam perbandingan dengan pesaingnya.	22
<i>Potential Customer</i>	Individu atau kelompok yang memiliki kemungkinan atau minat untuk membeli produk atau menggunakan layanan, namun belum melakukan transaksi	24
<i>Brand Identity</i>	Citra visual, nilai, dan karakteristik unik yang dirancang oleh perusahaan untuk mencerminkan kepribadian dan posisi merek di benak konsumen.	28
<i>Problem Owner</i>	Pihak yang bertanggung jawab atas identifikasi, pemahaman, dan penyelesaian suatu permasalahan dalam proyek atau organisasi.	31
<i>Perceptual Mapping</i>	Teknik visualisasi untuk memetakan persepsi konsumen terhadap berbagai merek berdasarkan atribut tertentu, biasanya dalam bentuk peta dua dimensi	
<i>Sampling</i>	Proses pemilihan sebagian individu atau elemen dari suatu populasi untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian	55

<i>R-Square</i>	Ukuran statistik yang menunjukkan seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variasi dalam data.	58
<i>S-stress</i>	Ukuran kesalahan dalam pemetaan <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS).	58
Gantt Chart	Diagram batang horizontal yang digunakan dalam manajemen proyek untuk menampilkan jadwal kegiatan, durasi, dan urutan pelaksanaan suatu proyek secara visual dari waktu ke waktu.	62
<i>Voice of Customer</i>	Kumpulan kebutuhan, harapan, preferensi, dan umpan balik pelanggan yang diperoleh melalui survei, wawancara, ulasan, atau observasi, dan digunakan sebagai dasar dalam pengembangan produk atau peningkatan layanan.	65
<i>Jarak Euclidean</i>	Ukuran jarak lurus antara dua titik dalam ruang multidimensi, dihitung menggunakan rumus geometri.	79
<i>Roastery</i>	Tempat atau bisnis yang secara khusus mengolah dan memanggang (roasting) biji kopi sebelum disalurkan ke <i>coffee shop</i> atau konsumen	107
<i>Plant-Based</i>	Produk makanan atau minuman yang berasal dari tumbuhan dan tidak mengandung bahan hewani	119
<i>Reels</i>	Fitur video pendek di platform media sosial	122