

## DAFTAR ISTILAH

<b>Istilah</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Halaman pertama digunakan</b>
<i>Affiliate Marketing</i>	: Pemasaran melalui pihak ketiga yang menerima komisi.	21
<i>Analytical Hierarchy Process</i>	: Metode untuk mengambil keputusan yang digunakan untuk menentukan prioritas kriteria dan subkriteria melalui perbandingan berpasangan.	14
<i>Awareness</i>	: Kesadaran pelanggan.	4
<i>Benchmarking</i>	: Proses membandingkan kinerja suatu organisasi dengan organisasi lain yang dianggap sebagai pemimpin atau yang paling unggul di industri atau pasar tertentu.	14
<i>Brand</i>	: Identitas perusahaan atau produk yang mencakup citra dan nilai.	4
<i>Branding</i>	: Proses menciptakan dan mengelola citra merek.	11
<i>Brand Awareness</i>	: Tingkat seberapa dikenal suatu merek oleh pelanggan dan kemampuan mereka untuk mengingat merek tersebut di pasar.	4
<i>Broadcast</i>	: Penyebaran pesan ke audiens besar.	20
<i>Business to Consumer</i>	: Bisnis yang menjual langsung ke konsumen.	4
<i>Business to Business</i>	: Bisnis yang menjual kepada bisnis lain.	4
<i>Channel/Touchpoint Integration</i>	: Penggabungan berbagai saluran komunikasi.	13
<i>Chatbot</i>	: Program AI untuk percakapan otomatis dengan pengguna.	20
<i>Comparative Judgement</i>	: Teknik perbandingan untuk menentukan prioritas.	26
<i>Compound Annual Growth Rate</i>	: Pertumbuhan tahunan rata-rata dari investasi atau bisnis.	3
<i>Consistency Index</i>	: Ukuran untuk mengevaluasi konsistensi perbandingan berpasangan.	28

<i>Consistency Ratio</i>	: Mengukur konsistensi dalam perbandingan keputusan.	28
<i>Consumption</i>	: Penggunaan produk setelah dibeli.	19
<i>Content Management</i>	: Proses pembuatan dan pengelolaan konten.	13
<i>Conversion Rate</i>	: Persentase pengunjung yang melakukan tindakan setelah melihat iklan atau mengunjungi situs.	54
<i>Cost-per-action</i>	: Pengiklan membayar hanya ketika pengguna melakukan tindakan spesifik, seperti pembelian atau pendaftaran.	134
<i>Cost-per-click</i>	: Pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik.	134
<i>Customer Feedback Loop</i>	: Pengumpulan dan analisis umpan balik pelanggan.	13
<i>Customer Journey Mapping</i>	: Visualisasi langkah pelanggan dari mengetahui hingga membeli.	19
<i>Customer Relationship Management</i>	: Sistem untuk mengelola interaksi, data, komunikasi, dan penjualan dengan pelanggan.	105
<i>Decomposition</i>	: Memecah masalah kompleks menjadi bagian lebih kecil.	26
<i>Digital</i>	: Segala hal terkait teknologi informasi yang menggunakan sistem berbasis angka untuk menyimpan, mengelola, dan mengirim data, termasuk media, pemasaran, dan platform <i>digital</i> .	2
<i>Digital Marketing</i>	: Strategi pemasaran yang memanfaatkan saluran <i>digital</i> , seperti media sosial, <i>e-mail</i> , dan <i>website</i> , untuk berkomunikasi dengan audiens.	21
<i>Direct Mail</i>	: Pengiriman materi pemasaran langsung kepada pelanggan.	20
<i>E-commerce</i>	: Proses pembelian dan penjualan produk atau layanan secara <i>online</i> melalui platform atau situs web.	2
<i>Eigen Value</i>	: Nilai yang terkait dengan <i>eigen vector</i> dalam matriks.	28

<i>Eigen Vector</i>	: Vektor yang tidak berubah arah saat diterapkan matriks.	28
<i>E-mail Marketing</i>	: Pemasaran melalui <i>e-mail</i> .	21
<i>Engagement</i>	: Keterlibatan aktif pelanggan dengan konten atau platform, seperti memberi <i>like</i> , mengklik, atau berkomentar.	53
<i>Engaging</i>	: Tingkat interaksi pengguna dengan konten.	11
<i>Fashion</i>	: Gaya berpakaian dan aksesoris yang sedang tren.	1
<i>Feed</i>	: Konten yang muncul secara berkelanjutan di media sosial.	11
<i>Fishbone Diagram</i>	: Alat untuk menganalisis penyebab masalah.	13
<i>Gap</i>	: Perbedaan antara kondisi saat ini dan tujuan yang ingin dicapai.	24
<i>Geometric Mean</i>	: Rata-rata yang dihitung dengan mengalikan nilai-nilai dan mengambil akar pangkat.	26
<i>Highlights</i>	: Fitur untuk menyorot dan menyimpan konten di media sosial.	11
<i>In-Depth Interview</i>	: Wawancara mendalam untuk menggali informasi lebih lanjut.	10
<i>Influencer</i>	: Orang yang memengaruhi keputusan pembelian melalui media sosial.	11
<i>Influencer &amp; Community Strategy</i>	: Strategi untuk memanfaatkan <i>influencer</i> dan membangun komunitas.	13
<i>Key Performance Indicator</i>	: Ukuran untuk mengevaluasi keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan.	25
<i>Landing Pages</i>	: Halaman web yang dirancang untuk tujuan khusus, seperti mengonversi pengunjung atau mengumpulkan informasi.	99
<i>Loyalty</i>	: Keterikatan pelanggan dengan merek atau perusahaan, terlihat dari pembelian ulang atau hubungan jangka panjang.	54

<i>Marketplace</i>	: Platform daring yang menyediakan ruang bagi berbagai penjual untuk memasarkan produk dan layanan mereka kepada sejumlah pembeli.	34
<i>Media Strategy</i>	: Pemilihan saluran media untuk kampanye pemasaran.	13
<i>Message Strategy</i>	: Rencana untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens.	13
Meta Ads	: Iklan yang menargetkan audiens menggunakan data dan analitik.	4
<i>Monitoring</i>	: Pengawasan terhadap aktivitas atau performa.	24
<i>Omnichannel</i>	: Penggunaan berbagai saluran komunikasi dan distribusi secara terhubung untuk menciptakan pengalaman yang konsisten bagi pelanggan di semua titik interaksi.	17
<i>Online</i>	: Terhubung dengan internet atau jaringan komputer.	1
<i>On-time Delivery Rate</i>	: Persentase pengiriman yang sampai tepat waktu sesuai janji.	55
<i>Pairwise Comparison</i>	: Perbandingan dua elemen untuk memilih yang terbaik.	26
<i>Payment Success Rate</i>	: Persentase pembayaran yang berhasil dibandingkan yang tidak berhasil.	54
<i>Pay-per-click</i>	: Pengiklan membayar hanya saat iklan diklik, bukan saat ditampilkan.	134
<i>Perceived Value</i>	: Nilai yang dirasakan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan.	36
<i>Point of Sale</i>	: Sistem yang memfasilitasi transaksi penjualan, mengelola pembayaran, dan mencatat inventaris.	100
<i>Quick Replies</i>	: Jawaban otomatis dalam percakapan <i>digital</i> .	11
<i>Random Index</i>	: Ukuran untuk menilai konsistensi acak dalam perbandingan berpasangan.	28
<i>Recognition</i>	: Kemampuan pelanggan mengenai merek.	19
<i>Recall</i>	: Kemampuan pelanggan mengingat merek tanpa bantuan visual.	19

<i>Retention</i>	: Kemampuan perusahaan untuk menjaga agar pelanggan tetap setia dalam jangka waktu yang lama.	55
<i>Return on Ad Spend</i>	: Ukuran untuk menilai efektivitas iklan dengan membandingkan pendapatan yang dihasilkan dengan biaya iklan.	134
<i>Satisfaction</i>	: Seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan yang mereka terima.	54
<i>Search Engine</i>	: Sistem untuk mencari informasi di internet.	21
<i>Search Engine Optimization</i>	: Teknik untuk meningkatkan visibilitas situs di mesin pencari.	134
<i>Sentiment Analysis Tools</i>	: Alat untuk menganalisis perasaan atau opini dalam teks yang umumnya menilai umpan balik.	102
<i>Social Media Marketing</i>	: Strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek.	2
<i>Synthesis of Priority</i>	: Menyatukan hasil perbandingan untuk menentukan prioritas.	27
<i>Tone</i>	: Gaya komunikasi yang digunakan dalam konten.	11
<i>Trade-in Offers</i>	: Program untuk menukar barang lama dengan yang baru atau mendapatkan potongan harga saat membeli.	54
<i>Travelling</i>	: Aktivitas bepergian ke tempat tertentu untuk tujuan rekreasi atau lainnya.	3
<i>Utilitarian</i>	: Menekankan pada kegunaan praktis suatu produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah dengan cara yang efisien.	37
<i>Voice of Customer</i>	: Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan wawasan terkait pengalaman serta preferensi pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan.	11
<i>Website</i>	: Kumpulan halaman yang dapat diakses <i>online</i> yang berisi informasi atau layanan dari individu atau organisasi untuk berbagai keperluan.	4