

DAFTAR ISTILAH

NAMA ISTILAH	PENGERTIAN
<i>why why analysis</i>	suatu metode yang digunakan dalam root cause analysis dalam rangka untuk problem solving yaitu mencari akar suatu masalah atau penyebab dari defect supaya sampai ke akar penyebab masalah.
<i>Brand image</i>	representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.
<i>Service Quality</i>	segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen
True Customer Needs	Kebutuhan pelanggan yang sebenarnya/sepenuhnya.
Word of Mouth	komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal
Laten Needs	Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang tersembunyi
GAP	kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa
Voice Of Customer	Istilah yang digunakan untuk mendefinisikan proses untuk mencari tahu apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan.
Depth Interview	proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan

	terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama
Feedback	"umpan balik" atau bahasa mudahnya adalah "masukan atau saran"
Social Desirability bias	Dimana responden cenderung memilih netral untuk menyenangkan pewawancara
Successive interval	Proses mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval.
Trendsetter	Orang yang memimpin dalam hal mode atau ide.
Brand Awareness	kemampuan konsumen untuk mengingat suatu brand dan yang menjadikannya berbeda bila dibandingkan dengan brand lainnya.
Software	Perangkat lunak.
Model Kano	Model yang dikembangkan dengan tujuan memahami hubungan antara pemenuhan (atau tidak) pada kebutuhan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang diterima oleh pelanggan.
<i>Importance Performance Analysis</i>	Metode peningkatan kualitas berdasarkan persepsi dan kinerja perusahaan dengan menggunakan <i>quadrant analysis</i> .