

DAFTAR ISTILAH

- AIDA* : Merupakan suatu model dari hierarki yang merepresentasikan informasi mengenai perhatian (*attention/awareness*), minat (*interest*), keinginan (*desire*), tindakan (*action*).
- Analytical Hierarchy Process* : Suatu metode yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis berdasarkan struktur hierarki
- Benchmarking* : Alat yang membantu dalam menentukan perencanaan strategis, analisis kompetitif, analisis proses, peningkatan dan pengembangan organisasi dengan cara mengidentifikasi praktik terbaik dari partner benchmark.
- Bounce rate* : Persentase yang mengukur durasi pengunjung suatu website.
- Brand* : Nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau kombinasi, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.
- Brand Awareness* : Tingkat kesadaran terhadap suatu produk
- Bundling* : Kumpulan beberapa benda yang sejenis diikat menjadi satu
- Competitive intelligence* : Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, dan mendistribusikan intelijen tentang produk, pelanggan, persaingan, dan aspek lainnya pada lingkungan bisnis untuk mendukung pemimpin sebuah organisasi dalam pengambilan keputusan.
- Consistency Index* : Nilai eigen terbesar pada matriks ordo-n.
- Consistency Ratio* : Perbandingan antara Consistency Index (CI) dengan Random Indeks (RI).
- E-marketplace* : Wadah komunitas bisnis interaktif secara elektronik

<i>Engagement Rate</i>	:	Persentase interaksi antara akun media sosial dengan pengikutnya.
<i>Future Performance</i>	:	Untuk menentukan kinerja masa depan berdasarkan hasil gap.
<i>Free Shipping</i>	:	Salah satu penerapan promosi dengan cara membebaskan biaya ongkos kirim suatu produk
<i>Gap</i>	:	Kesenjangan yang terjadi antara suatu perusahaan dengan kompetitornya
Instagram	:	Salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran
<i>Heart Share</i>	:	Upaya untuk memberikan nilai tambah terhadap pelanggan untuk suatu merek .
<i>Key Performance Indicator</i>	:	Teknik mengukur kinerja dari suatu individu atau perusahaan. KPI digunakan untuk membantu suatu organisasi menentukan dan mengukur kemajuan terhadap sasaran organisasi.
<i>Pairwise Comparison</i>	:	Matriks yang menyatakan hubungan antar variabel sehingga dapat diperoleh bobot relatif antar kriteria ataupun alternatif.
<i>Partner Benchmark</i>	:	Merupakan kompetitor dari suatu brand atau perusahaan yang dirasa dapat dijadikan sebagai acuan perbandingan
<i>Platform</i>	:	Perangkat lunak yang digunakan pada sistem operasi tertentu.
<i>Purposive sampling</i>	:	Teknik sampling yang menggunakan penilaian dari pendapat responden yang lebih paham informasi yang akan diteliti dengan mempertimbangkan tujuan tugas akhir.
<i>Priority ranking</i>	:	Kriteria yang menjadi prioritas dalam perbandingan dengan kriteria lainnya
<i>Priotity Vektor</i>	:	Proses operasi dalam AHP dengan membagi jumlah total nilai alternatif dan jumlah alternatif.
Program komunikasi pemasaran	:	Segala bentuk komunikasi yang terintegrasi dalam suatu perusahaan untuk menyebarkan informasi,

- membujuk, mengajak konsumen kepada produk yang dipasarkan
- Responden* : Pihak yang memberikan respon dalam suatu pertanyaan.
- Search engine optimization* : Proses yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas *website* sehingga diperoleh peringkat tertinggi dalam mesin pencari setelah kata kunci tertentu diketik.
- Survei* : Pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden.
- website : Merupakan halaman pada jaringan internet yang berisikan kumpulan informasi mengenai suatu hal yang disediakan oleh perorangan, kelompok maupun organisasi