DAFTAR ISTILAH

Istilah	Deskripsi	Halaman
		Pertama
		Muncul
Voice of	Konsep ini mengacu pada persepsi pelanggan	
Customer (Nilai	mengenai manfaat dan nilai yang mereka dapatkan dari	
Pelanggan)	produk atau layanan tertentu, seperti Coffee di Coffee	_
	Mang Andrew. Nilai pelanggan mencakup berbagai	7
	faktor, termasuk kualitas produk, harga, pengalaman	
	keseluruhan, dan layanan pelanggan.	
Conjoint analysis	Metode statistik yang digunakan untuk memahami	
	preferensi pelanggan terhadap berbagai atribut produk	
	atau layanan. Dalam konteks ini, Conjoint analysis	
	digunakan untuk mengidentifikasi kombinasi atribut	10
	seperti rasa Coffee, harga, suasana kedai, dan layanan	
	yang paling diinginkan oleh pelanggan Kopi Mang	
	Andrew.	
Atribut Produk	Karakteristik spesifik dari produk atau layanan yang	
	memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dalam	
	Tugas Akhir, atribut produk mungkin mencakup jenis	10
	Coffee yang ditawarkan, pilihan menu tambahan,	
	harga, suasana kedai, dan kualitas layanan.	
Level Atribut	Berbagai variasi atau tingkatan dari setiap atribut	
	produk yang mungkin disukai oleh pelanggan.	
	Misalnya, level atribut untuk jenis <i>Coffee</i> bisa meliputi	10
	"dark roast," "medium roast," dan "light roast,"	10
	sementara untuk harga bisa terdiri dari "murah,"	
	"sedang," dan "mahal."	
Preferensi	Pilihan atau kecenderungan pelanggan terhadap atribut	
Konsumen	tertentu dari produk atau layanan. Preferensi konsumen	
	dalam Tugas Akhir akan diukur untuk memahami apa	10
	yang paling penting bagi pelanggan Kopi Mang Andrew.	
Desain	Rancangan yang dibuat untuk mengatur kombinasi	10

Eksperimen

atribut dan level yang akan diuji melalui *Conjoint* analysis. Desain eksperimen ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memahami preferensi pelanggan.

Validitas

Derajat sejauh mana suatu instrumen atau metode penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam konteks ini memastikan bahwa atribut dan level yang dipilih benar-benar relevan dan dapat menggambarkan preferensi konsumen terhadap Kopi Mang Andrew.

10

Fractional
Factorial Design

Desain eksperimen yang digunakan untuk mengurangi jumlah total percobaan dalam penelitian dengan memilih subset dari semua kemungkinan kombinasi atribut dan level. Ini memungkinkan penelitian menjadi lebih efisien tanpa kehilangan informasi penting.

10

Orthogonal Array

Metode yang digunakan dalam desain eksperimen untuk memastikan bahwa kombinasi faktor dan level diuji secara seimbang. Dalam Tugas Akhir, orthogonal array digunakan untuk menentukan kombinasi yang paling efektif untuk mengidentifikasi preferensi pelanggan.

10

Matriks Identitas

Matriks yang digunakan dalam analisis statistik untuk mewakili kondisi dasar dalam desain eksperimen, yang membantu dalam memvalidasi hasil yang diperoleh dari berbagai perlakuan atau kombinasi dalam penelitian.

10

Full Factorial
Design

Sebuah metode dalam desain eksperimen di mana semua kemungkinan kombinasi dari berbagai level atribut diuji. Ini memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang efek dari setiap atribut dan interaksinya, tetapi bisa menjadi sangat tidak efisien jika jumlah atribut dan level sangat banyak.

10