

DAFTAR PUSTAKA

- Abriyanto, A., & Damastuti, N. (2019). Segmentasi Mahasiswa Dengan 'Unsupervised' Algoritma Guna Membangun Strategi Marketing Penerimaan Mahasiswa. *Insand Comtech: Information Science and Computer Technology Journal*, 4(2), 10–18.
- Adiana, B. E. I. S. dan A. E. P. (2018). Analisis Segmentasi Pelanggan Menggunakan Kombinasi RFM Model dan Teknik Clustering. *JUTEI (Jurnal Terapan Teknologi Informasi)*, Volume.2 N, 23–32. <https://doi.org/10.21460>
- Arwin. (20020). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro*. Cendikia Publisher.
- Astuti Hermawati, F. (2013a). *Data mining* (P. Christian (ed.)). Andi.
- Astuti Hermawati, F. (2013b). *Data Mining* (P. Christian (ed.)). CV.Andi Offside.
- Basil, D. Z., Diaz-Meneses, G., & Basil, M. D. (2019). *Correction to: Social Marketing in Action*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-13020-6_30
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (I). Literasi Nusantara.
- Carudin. (2021). Pemanfaatan Data Transaksi untuk Dasar membangun Strategi berdasarkan Karakteristik Pelanggan dengan Algoritma K-Means Clustering dan Model RFM. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 7(1), 7–14. <https://doi.org/10.54914/jtt.v7i1.318>
- Fadjarani, S. dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner* (A. Rahmat (ed.)). Ideas Publishing.
- Fatihudin, D. dan A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Fayyad, U., Piatetsky-Shapiro, G., & Smyth, P. (1996). *From Data Mining to Knowledge Discovery in Databases*. 41.
- Ginting, R. (2022). *Analisis Big Data* (p. 88). Lakeisha. <https://doi.org/9786234201956>
- Harani, N. H. dan F. A. N. (2020). *Segmentasi Pelanggan Menggunakan Python* (F. A. Nugraha (ed.); satu). Kreatif Industri Nusantara.
- Irfiani, E., & Rani, S. S. (2018). Algoritma K-Means Clustering untuk Menentukan Nilai Gizi Balita. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 6(4), 161. <https://doi.org/10.26418/justin.v6i4.29024>
- Irwansyah, E. dan M. F. (2015). *Advanced Clustering Teori dan Aplikasi*. Deepublish.
- Larose, D. T., & Larose, C. D. (2014). *Discovering Knowledge in Data An*

Introduction to Data Mining (Second).

- Larose, D. T., & Larose, C. D. (2015). *Data Mining and Predictive Analytics* (Second Edi). John Wiley & Sons, Inc.
- Lestari, W. (2019). Clustering Data Mahasiswa Menggunakan Algoritma K-Means Untuk Menunjang Strategi Promosi (Studi Kasus : STMIK Bina Bangsa Kendari). *Simkom*, 4(2), 35–48. <https://doi.org/10.51717/simkom.v4i2.37>
- Listiana, E., & Muslim, M. A. (2017). Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Informatika, 2017 : Kudus, 25 Juli 2017. *Prosiding SNATIF, 2015*, 875–881.
- Maskanah, I. (2020). Segmentasi Pelanggan Toko Purnama dengan Algoritma K-Means dan Model RFM untuk Perancangan Strategi Pemasaran. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 5(2), 218. <https://doi.org/10.35314/isi.v5i2.1443>
- Nishom, M. (2019). Perbandingan Akurasi Euclidean Distance, Minkowski Distance, dan Manhattan Distance pada Algoritma K-Means Clustering berbasis Chi-Square. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 4(1), 20–24. <https://doi.org/10.30591/jpit.v4i1.1253>
- Nugraha, J. P. dan dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.); 1st ed.). Nasya Expanding Management.
- Nurlaela, S., Primajaya, A., & Padilah, T. N. (2020). Algoritma K-Medoids Untuk Clustering Penyakit Maag Di Kabupaten Karawang. *INFOR M a T I K A*, 12(2), 56. <https://doi.org/10.36723/juri.v12i2.234>
- Pramudiansyah, A. P. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means Berdasarkan Model Recency Frequency Monetary. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 7(2), 06–19. <https://doi.org/10.35329/jiik.v7i2.201>
- Puspitasari, N., Widians, J. A., & Setiawan, N. B. (2020). Customer segmentation using bisecting k-means algorithm based on recency, frequency, and monetary (RFM) model. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 8(2), 78–83. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.8.2.2020.78-83>
- Rachmat, A., & Lukito, Y. (2016). SENTIPOL: Dataset Sentimen Komentar Pada Kampanye PEMILU Presiden Indonesia 2014 dari Facebook Page. *Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi 2016, December*, 218–228.
- Rizky, & Rosalina Noor. (2020). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor Pada Konsumen Pengguna E-commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Rumiarti, C. D., & Budi, I. (2017). Customer Segmentation for Customer Relationship Management on Retail Company: Case Study PT Gramedia Asri Media. *Jurnal Sistem Informasi*, 13(1), 1.

<https://doi.org/10.21609/jsi.v13i1.525>

- Sanjaya, R., Sumarwan, U., & Kirbrandoko, -. (2015). Hubungan Customer Relationship Management dengan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: PT Bank XYZ Cabang Bogor). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 10(2), 151–162. <https://doi.org/10.29244/mikm.10.2.151-162>
- Santoso, I. dan H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (As. Rachmatullah (ed.)). Indigo Media.
- Siregar, A. M. dan A. P. (2017). *Data Mining Pengolahan Data Menjadi Informasi dengan RapidMiner*. CV Kekata Group.
- Siregar, M. H. (2018). Data Mining Klasterisasi Penjualan Alat-Alat Bangunan Menggunakan Metode K-Means (Studi Kasus Di Toko Adi Bangunan). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 1(2), 83–91. <https://doi.org/10.36378/jtos.v1i2.24>
- Siyoto, S. dan M. A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Suharsaputra, U. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Tindakan* (ketiga). PT Refika Aditama.
- Sulistiyawati, A. A. D., & Sadikin, M. (2021). Penerapan Algoritma K-Medoids Untuk Menentukan Segmentasi Pelanggan. *Sistemasi*, 10(3), 516. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i3.1332>
- Suyanto. (2017). *Data Mining untuk Klasifikasi dan Klasterisasi*. Informatika Bandung.
- Syarif, N. R., & Windarto. (2018). Implementasi Algoritma Fuzzy C-means dan Metode Recency Frequency Monetary (RFM) pada Aplikasi Data Mining untuk Pengelompokan Pelanggan. *Sebatik*, Vol.22, no, 88–94.
- Syukron, H., Fayyad, M. F., & Fauzan, F. J. (2022). *Comparison K-Means K-Medoids and Fuzzy C-Means for Clustering Customer Data with LRFM Model “ Perbandingan K-Means K-Medoids dan Fuzzy C-Means untuk Pengelompokan Data Pelanggan dengan Model LRFM*. 2(October), 76–83.
- Tri Vulandari, R. (2017). *Data Mining Teori dan Aplikasi Rapdiminer* (I). Gava Media.
- Wanto, A. dkk. (2020). *Biometrika: Teknologi Identifikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Widiyanto, A. T., & Witanti, A. (2021). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Analisis RFM Menggunakan Algoritma K-Means Sebagai Dasar Strategi Pemasaran (Studi Kasus PT Coversuper Indonesia Global). *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 204–215. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v1i1.4293>

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.