

DAFTAR PUSTAKA

- Akiode, A. (2021, June 12). Using Visualization Algorithms (VAT & iVAT) To Assess Cluster Tendency. *Analytics Vidhya*. <https://medium.com/analytics-vidhya/using-visualization-algorithms-vat-ivat-to-assess-cluster-tendency-a89251a2400e>
- Aminuddin, M. (2015). *DATA MINING APLIKASI ANALISIS ASOSIASI DATA PASIEN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI DI PUSKESMAS KABUPATEN 'X'* [Undergraduate, Universitas Muhammadiyah Gresik]. <http://digilib.umg.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jipptung--muhammadam-1712&q=MUHAMMAD%20AMINUDDIN>
- Ampangallo, F. (2017). *PENGARUH ATMOSFER, DESAIN LAYOUT, GAIRAH EMOSIONAL DAN SIKAP KONSUMEN TOKO ONLINE TERHADAP MINAT BELI* [S1, UAJY]. <https://e-journal.uajy.ac.id/11383/>
- Anakotta, G. L., & Adhy, S. (2018). Perancangan dan Implementasi E Commerce Dengan Segmentasi Harga Menggunakan Metode Pengembangan Spiral (Studi Kasus: CV. Citra Mandiri Bandarlampung). *JURNAL MASYARAKAT INFORMATIKA*, 9(1), 40–49. <https://doi.org/10.14710/jmasif.9.1.31520>
- Andika, T. H., & Hafiz, A. (2018). *Analisis Perbandingan Segmentasi Citra Menggunakan Metode K-Means dan Fuzzy C-Means*.
- Ardiansyah, A., Riksakomara, E., & Kom, S. (n.d.). *IMPLEMENTASI K-MEANS CLUSTERING DAN MODEL LRFM UNTUK SEGMENTASI PELANGGAN (STUDI KASUS : PT. ALIF DUTA PERSADA)*. 171.

- Chusyairi, A., & Noor Saputra, P. (2019). Pengelompokan Data Puskesmas Banyuwangi Dalam Pemberian Imunisasi Menggunakan Metode K-Means Clustering. *Telematika*, 12, 139–148. <https://doi.org/10.35671/telematika.v12i2.848>
- Darmi, Y. D., & Setiawan, A. (2016). PENERAPAN METODE CLUSTERING K-MEANS DALAM PENGELOMPOKAN PENJUALAN PRODUK. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 12(2). <https://doi.org/10.37676/jmi.v12i2.418>
- Dharmawan, M. T., Setiawan, N. Y., & Bachtiar, F. A. (n.d.). *Segmentasi Pelanggan Menggunakan Metode Fuzzy C-Means Clustering Berdasarkan LRFM Model Pada Toko Sepatu*. 8.
- Dinni, S. R., Wibawa, B. M., & Apriyansyah, B. R. (2021). Eksplorasi Karakteristik Segmentasi Demografis dan Perilaku Berbelanja Ibu Rumah Tangga melalui E-commerce di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55007>
- Ditendra, E., Monalisa, S., Anderjovi, S., & Lesmana, S. (2020). KLASTERISASI CLV DENGAN MODEL LRFM MENGGUNAKAN ALGORITMA FUZZY C-MEANS (Studi Kasus: Pangeran Gym Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8535>
- Guney, S., Peker, S., & Turhan, C. (2020). A Combined Approach for Customer Profiling in Video on Demand Services Using Clustering and Association Rule Mining. *IEEE Access*, 8, 84326–84335. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2992064>

- Hadi, F., Mustakim, M., Rahmadia, D. O., Nugraha, F. H., Bulan, N. P., & Monalisa, S. (2017). Penerapan K-Means Clustering Berdasarkan RFM Mofek Sebagai Pemetaan dan Pendukung Strategi Pengelolaan Pelanggan (Studi Kasus: PT. Herbal Penawar Alwahidah Indonesia Pekanbaru). *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v15i1.4575>
- Imania, A. (2019). *APLIKASI PENJUALAN SUSU SEGAR BERBASIS WEB (STUDI KASUS RAJA'S MILK)* [Bachelor, UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT MOJOKERTO]. <http://repository.unim.ac.id/223/>
- Juhari, T., & Juarna, A. (2022). IMPLEMENTATION RFM ANALYSIS MODEL FOR CUSTOMER SEGMENTATION USING THE K-MEANS ALGORITHM CASE STUDY XYZ ONLINE BOOKSTORE. *EXPLORE*, 12(1), 107. <https://doi.org/10.35200/explore.v12i1.548>
- Juniati, F., Monalisa, S., Zafa, R., & Muslim, M. (2020). KLASTERISASI CUSTOMER LIFETIME VALUE DENGAN MODEL LRFM MENGGUNAKAN ALGORITMA Fuzzy C-Means. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8635>
- Lina, R. (2017). Clustering Data Stock dan Market Basket Analysis untuk Perencanaan Penjualan Berbasis K-Means dan Fuzzy C-Covering pada InshofMart. *Skripsi, Fakultas Ilmu Komputer*. https://doi.org/10/bab1_20413.pdf
- Lubis, N. (2018). Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Dengan Menggunakan Metode Lrfm Analysis. *JURNAL DINAMIKA*

MANAJEMEN DAN BISNIS, 1(2), Article 2.
<https://doi.org/10.21009/JDMB.01.2.06>

LUTFI, A. (2019). *PROSES KEGIATAN PEMASARAN DI PT. CITRA MANDIRI WIGUNA (PERUSAHAAN MEDIA LUAR RUANG DI JAKARTA)* [Laporan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
<http://repository.stei.ac.id/4427/>

Metisen, B. M., & Sari, H. L. (2015a). ANALISIS CLUSTERING MENGGUNAKAN METODE K-MEANS DALAM PENGELOMPOKKAN PENJUALAN PRODUK PADA SWALAYAN FADHILA. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 11(2).
<https://doi.org/10.37676/jmi.v11i2.258>

Metisen, B. M., & Sari, H. L. (2015b). ANALISIS CLUSTERING MENGGUNAKAN METODE K-MEANS DALAM PENGELOMPOKKAN PENJUALAN PRODUK PADA SWALAYAN FADHILA. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 11(2).
<https://doi.org/10.37676/jmi.v11i2.258>

Muliono, R., & Sembiring, Z. (2019). *DATA MINING CLUSTERING MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS UNTUK KLASTERISASI TINGKAT TRIDARMA PENGAJARAN DOSEN*. 4(2).

Nabila, Z., Isnain, A. R., Permata, P., & Abidin, Z. (2021). ANALISIS DATA MINING UNTUK CLUSTERING KASUS COVID-19 DI PROVINSI LAMPUNG DENGAN ALGORITMA K-MEANS. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.33365/jtsi.v2i2.868>

- Nugroho, R. S. (2021). Menelaah kembali perilaku belanja makanan online di era pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(5), 443–450. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i5.4117>
- Paramartha, G. N. W., Ratnawati, D. E., & Widodo, A. W. (n.d.). *Analisis Perbandingan Metode K-Means Dengan Improved Semi-Supervised K-Means Pada Data Indeks Pembangunan Manusia (IPM)*.
- Peker, S., Kocyigit, A., & Eren, P. E. (2017). LRFMP model for customer segmentation in the grocery retail industry: A case study. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(4), 544–559. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2016-0210>
- Prabawati, P. D., Widiartha, K. K., & Maswari, K. L. (n.d.). *RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI AKADEMIK PADA SMP SWASTIKA KAPAL BERBASIS WEBSITE*.
- Purnama, G., Pudjiantoro, T. H., Sabrina, P. N., & Sudirman, J. T. (2021). *Segmentasi Pelanggan Menggunakan K-Medoids Berdasarkan Model Length, Recency, Frequency, Monetary (LRFM)*.
- Purwaningrum, O. (2021). *Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means dan Model LRFM pada Toko Online Hijabiken* [Undergraduate, UPN Veteran Jawa Timur]. <http://repository.upnjatim.ac.id/8585/>
- Purwanto. (2019). *Perancangan Sistem Informasi Akuntansi: Pendekatan Teori & Praktik Siklus Akuntansi*. Griya Media. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/19131>
- Rafika, A. (2015). *SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN SOM, ALGORITMA K-MEANS DAN ANALISIS LRFM UNTUK PENYUSUNAN*

*REKOMENDASI STRATEGI PEMASARAN PADA KLINIK
KECANTIKAN NANISA, SIDOARJO.*

Saputro, M. H.-165610100. (2018). *PENGOPTIMALISASIAN QUERY PADA
STUDY KASUS SISTEM INFORMASI PENJUALAN KUE DI TOKO
WIEN* [Skripsi, STMIK AKAKOM YOGYAKARTA].
<https://eprints.utdi.ac.id/6885/>

Sheikh, A., Ghanbarpour, T., & Gholamiangonabadi, D. (2019). A Preliminary
Study of Fintech Industry: A Two-Stage Clustering Analysis for Customer
Segmentation in the B2B Setting. *Journal of Business-to-Business
Marketing*, 26(2), 197–207.
<https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1603420>

Siagian, R., Sirait, P. S. P., & Halima, A. (2021). E-Commerce Customer
Segmentation Using K-Means Algorithm and Length, Recency,
Frequency, Monetary Model. *JOURNAL OF INFORMATICS AND
TELECOMMUNICATION ENGINEERING*, 5(1), Article 1.
<https://doi.org/10.31289/jite.v5i1.5182>

Sirait, D. P. (2018). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN: The Effect of Relationship Management and
Service Quality on Customer Satisfaction. *DIGEST MARKETING*, 3(1),
Article 1.

Suhanda, Y., Kurniati, I., & Norma, S. (2020). Penerapan Metode Crisp-DM
Dengan Algoritma K-Means Clustering Untuk Segmentasi Mahasiswa

- Berdasarkan Kualitas Akademik. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 6(2), 12–20. <https://doi.org/10.37012/jtik.v6i2.299>
- Susanty, S. E., Hendrawan, R. A., & Anggraeni, W. (2011). *Segmentasi Pelanggan Menggunakan Two Stage Clustering dan LRFM Model pada Divisi Marketing PT.XYZ untuk Mendukung Strategi Pengelolaan Pelanggan*. 1–7.
- Tri Pribandari, Y. (2018). *ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA PT BPR ARTHA HUDA ABADI MARGOYOSO PATI* [Skripsi, IAIN KUDUS]. <https://doi.org/10/4.%20BAB%20I.pdf>
- Utomo, D. P., & Mesran, M. (2020). Analisis Komparasi Metode Klasifikasi Data Mining dan Reduksi Atribut Pada Data Set Penyakit Jantung. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i2.2080>
- Waroka, L., Monalisa, S., Anjainah, D., & Arifin, N. (2020). IMPLEMENTASI ALGORITMA FUZZY C-MEANS (FCM) DALAM PENGKLASTERISASIAN NILAI HIDUP PELANGGAN DENGAN MODEL LRFM. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8564>
- Winata, A., & Nurcahya, I. K. (2017). *Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.com Di Kota Denpasar)* (Issue 10) [Journal:eArticle, Udayana University]. <https://www.neliti.com/publications/254826/>

Wulandari, R. (2019). *PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN PAKET WISATA PADA TITAN TRAVEL PALEMBANG* [Other, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA].
<http://eprints.polsri.ac.id/7437/>