

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Garcia Asuero, Ana Sayago, G. G. (2006). The Correlation Coefficient: An Overview. *Critical Reviews in Analytical Chemistry*.  
<https://doi.org/10.1080/10408340500526766>
- Alamsyah, A. ... Pratama, R. N. (2022). Customer Segmentation Using the Integration of the Recency Frequency Monetary Model and the K-Means Cluster Algorithm. *Scientific Journal of Informatics*, 9(2), 189–196.  
<https://doi.org/10.15294/sji.v9i2.39437>
- Albushairi, S. A. ... Rifani, A. (2018). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Alireza Bab-Hadiashar, D. S. (2012). *Data Segmentation and Model Selection for Computer Vision*.
- Anggada Maulana. (2018). Konsep Dasar Data Mining. *Konsep Data Mining*, 1, 1–16.
- Apip Supriadi, Andi Rustandi, Dwi Hastuti Lestari Komarlina, G. T. A. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP) : teknik penentuan strategi daya saing kerajinan bordir*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ashma, S. N. ... Cimahi, K. (2020). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Keluhan Dengan Menggunakan K- Means Cluster Analysis Pada PT Infomedia Nusantara. 276–280.
- Asmiatun, S. ... Jalan, K. (2020). Penerapan Metode K-Medoids Untuk Pengelompokan Kondisi Jalan Di Kota Semarang 1,2. 6(2).
- Azwar, S. (2015). Asumsi-Asumsi Dalam Inferensi Statistika. *Buletin Psikologi*, 9(1), 8–17.
- Bangoria, B. ... Pambhar, V. (2013). A survey on Efficient Enhanced K-Means Clustering Algorithm. *IJSRD -International Journal for Scientific Research & Development*, 1(9online), 2321–2613.
- Brian K. Williams, S. C. S. (2007). *Using Information Technology: A Practical*

- Introduction to Computers & Communications* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Danial, E. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*.
- Deny Jollyta, William Ramadhan, M. Z. (2020). *Konsep Data Mining dan Penerapannya*. Sleman: Deepublish.
- Dicky Nofriansyah, G. W. N. (2019). *Algoritma Data Mining dan Pengujian*. Sleman: Deepublish.
- Efori Buulolo. (2020). *Data Mining Untuk Perguruan Tinggi*. Sleman: Deepublish.
- Ela Elliyana, Tri Siwi Agustina, Habibie Kadir, Yuliani, Bayu Imanuddin, H. Mohdari, Febrisi Dwita, N. K. B. ... H. Gazali, E. Elia Ardyan, Lili Marlinah, S. R. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press.
- Fawzi Marissa, et all. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. Retrieved from <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Fitri Marisa, Anastasia L. Maukar, T. M. A. (2021). *Data Mining Konsep dan Penerapannya*. Sleman: Deepublish.
- Haryono, B. (2016). *How to win customer through customer service with heart*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Jain, Y. K., & Bhandare, S. K. (2013). *International Journal of Computer and Communication Technology Min Max Normalization Based Data Perturbation Method for Privacy Protection*. 4(4). <https://doi.org/10.47893/IJCCT.2013.1201>
- Jiawei Han, M. K., & Jian, P. (2012). *Data Mining: Concepts and Techniques* (3rd ed.).
- Kamila, I. ... Kasim, S. (2019). *Perbandingan Algoritma K-Means dan K-Medoids untuk Pengelompokan Data Transaksi Bongkar Muat di Provinsi Riau*. 5(1), 119–125.
- Kassambara, A. (2017). Practical Guide To Cluster Analysis in R. Unsupervised Machine Learning. *Alboukadel Kassambara*, 188.

- Laksono, B. C., & Wulansari, I. Y. (n.d.). *PEMODELAN DAN PENERAPAN METODE RFM PADA ESTIMASI NILAI KONSUMEN ( CUSTOMER LIFETIME VALUE ) MENGGUNAKAN K-MEANS CLUSTERING ( Modeling and Application of the RFM Method on the Estimation of Customer Lifetime. 1277–1285.*
- Leon G. Schiffman, L. L. K. (2009). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Leonard Kaufman, P. J. R. (2005). *Finding Groups in Data: An Introduction To Cluster Analysis*. Wiley-Interscience.
- Liu, D. R., & Shih, Y. Y. (2005). Integrating AHP and data mining for product recommendation based on customer lifetime value. *Information & Management*, 42(3), 387–400. <https://doi.org/10.1016/J.IM.2004.01.008>
- Madhulatha, T. S. (2012). An overview of clustering methods. *IOSR Journal of Engineering*, 2(4), 719–725. <https://doi.org/10.3233/ida-2007-11602>
- Marcus, C. (1998). A practical yet meaningful approach to customer segmentation. *Journal of Consumer Marketing*.
- 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>
- Muhamad Octorie Feisal Tamrin. (2021). *Algoritma K-Means Untuk Pengelompokan Kelaikan Angkutan Umum*.
- Mujilawati, S., & Setyati, E. (2012). Penerapan Algoritma AHP (Analytical Hierarchy Process) Untuk Pengambilan Keputusan Dalam Seleksi Calon Peserta Olimpiade Sains Nasional Bidang Matematika. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 6(2), 53–59.
- Mulaab. (2017). *Data Mining: Konsep dan Aplikasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nabella, R. O. (2022). *Analisis Segmentasi Konsumen Menggunakan Metode K-Means Clustering Berdasarkan Model Rfm Dan Pengetahuan Data Lainnya Sebagai Rekomendasi Strategi Pemasaran (Studi Kasus : Yayasan Xyz)*. 23.
- Nasir, M. A. dan M. (2020). *Data mining : algoritma dan implementasi* (1st ed.). Andi.

- Patriaajaya, C. (2012). *Karakteristik demografi sebagai dasar segmentasi dan target pasar untuk penetapan strategi bauran pemasaran pasar lem Dove di Surabaya [CD-ROM]*.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Pradhan, S. ... Priya, P. (2021). Measuring Customer Lifetime Value: Application of Analytic Hierarchy Process in Determining Relative Weights of 'Lrfm.' *International Journal of the Analytic Hierarchy Process*, 13(3), 526–547. <https://doi.org/10.13033/IJAHF.V13I3.892>
- Prahendratno, A., & Mahendra, G. S. (2023). *Business Intelegent*.
- Rachma. (2023). Analisis Data untuk Maksimalkan Peluang Bisnis di Marketplace. Retrieved January 21, 2023, from smkdev website: <https://www.smk.dev/analisis-data-untuk-maksimalkan-peluang-bisnis-di-marketplace/>
- Raharja, M. A. ... Mogi, I. K. A. (2022). *CLUSTERING CUSTOMER FOR DETERMINE MARKET STRATEGY USING K-MEANS AND TOPSIS : CASE STUDY*. 2(August), 61–71.
- Ramadhania, H. L., & Zakaria, L. (2023). *Aplikasi Metode Sillhouette Coefficient , Metode Elbow dan Metode Gap Staticstic dalam Menentukan K Optimal pada Analisis K-Medoids*. 04(01), 1–10.
- 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.
- Rocío González Martínez, Ramón Alberto Carrasco, Jesús García-Madariaga, Carlos Porcel Gallego, E. H.-V. (2019). *A comparison between Fuzzy Linguistic RFM Model and traditional RFM model applied to Campaign Management. Case study of retail business*. (Itqm), 0–8. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.286>
- Rumi, N. I. (2023). *USULAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN KRITERIA PRIORITAS MARKETING MIX DENGAN METODE*

*MULTIDIMENSIONAL SCALLING (MDS) DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) (STUDI KASUS DI UD.BUBUHAN).*

- Saputra, D. B. (2018). *Implementasi Fuzzy C-Means Dan Model Rfm Untuk Segmentasi Pelanggan ( Studi Kasus : Pt . Xyz ) Implementation of Fuzzy C-Means and Rfm Model for Customer Segmentation ( Case Study : Pt . Xyz ) Implementasi Fuzzy C-Means Dan Model Rfm Untuk Segmentasi Pela.*
- Shih, Y.-Y., & Liu, C.-Y. (2003). A method for customer lifetime value ranking — Combining the analytic hierarchy process and clustering analysis. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 11(2), 159–172. <https://doi.org/10.1057/palgrave.dbm.3240216>
- Sofjan Assauri. (2014). *MANAJEMEN PEMASARAN Dasar, Konsep & Strategi* (13th ed.). Jakarta: FT RajaGrafindo Persada JAKARTA.
- Sun, Y. ... Gao, Y. (2023). Research on customer lifetime value based on machine learning algorithms and customer relationship management analysis model. *Heliyon*, 9(2), e13384. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13384>
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.*
- Tahir, H. &. (2023). Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital). In *Sonpedia Publishing.*
- Tan, Pang-Ning, Michael Steinbach, V. K. (2014). *Introduction to Data Mining.*
- Taqwim, W. A. (2019). Analisis Segmentasi Pelanggan Dengan RFM Model Pada Pt . Arthamas Citra Mandiri Menggunakan Metode Fuzzy C-Means Clustering. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 1986–1993.
- Tiris Sudrartono. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.40>
- Tsiptsis, K., & Chorianopoulos, A. (2009). *Data Mining Techniques in CRM: Inside Customer Segmentation.*
- Wahyudi, Mochamad Masitha, R. S., & Solikhun. (2020). *Data Mining :*

*Penerapan Algoritma K-Means Clustering dan K-Medoids Clustering.*  
Yayasan Kita Menulis.

Wahyuningtyas, F. D. ... Rolliawati, D. (2023). Komparasi Algoritma Hierarchical, K-Means, dan DBSCAN pada Analisis Data Penjualan Melalui Facebook. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 14(1), 7. <https://doi.org/10.36448/jsit.v14i1.2931>

Wardani, S. D. K. ... Rolliawati, D. (2023). Perbandingan Hasil Metode Clustering K-Means, Db Scanner & Hierarchical Untuk Analisa Segmentasi Pasar. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 7(2), 191. <https://doi.org/10.26798/jiko.v7i2.796>

Yordan, A. ... Lamkaruna, D. H. (2019). Peramalan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Samudra Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana. *Jurnal Teknik Informatika (J-Tifa)*, 2(1), 21–27. <https://doi.org/10.52046/j-tifa.v2i1.237>

Zahri, I. N. (2023). *Strategi Optimalisasi dalam Analisis Big Data : Pendekatan Integratif Menggunakan Teknologi Semantik dan Blockchain Pengantar Ulasan*. (December), 1–5. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26750.56645>