

DAFTAR PUSTAKA

Fauzan, R. M., & Alfian, G. (2024). *Segmentasi Pelanggan E-Commerce Menggunakan Fitur Recency, Frequency, Monetary (RFM) dan Algoritma Klasterisasi K-Means*. JISKA, 9(3), 170–177.

Fitri, B. N., & Nugroho, D. A. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction, Brand Preference, dan Perceived Brand Benefits terhadap Reuse Intentions Platform Digital Payment*. Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen, 2(1), 114–124.

Hermawan, A., et al. (2024). *Penerapan Metode RFM dengan Python dalam Segmentasi Pelanggan*. Jurnal Bisnis Inovatif dan Digital, 1(3), 92–102.

Susanto, A., & Nugroho, S. (2022). Implementasi teknik segmentasi pelanggan dengan menggunakan algoritma K-Means untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di platform e-commerce. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 5(2), 150–163.

Prabowo, T., & Iskandar, A. (2023). Penerapan analisis RFM untuk meningkatkan efektivitas pemasaran di platform e-commerce. Jurnal Pemasaran Digital, 4(1), 75–85.

Hidayat, A., & Subagyo, A. (2024). Analisis perilaku konsumen dalam platform e-commerce dengan menggunakan data transaksi untuk segmentasi dan rekomendasi produk. Jurnal Sistem Informasi dan E-Commerce, 3(4), 222–234.

Putra, M. R., & Wibowo, S. (2023). Pemanfaatan data analitik untuk pengambilan keputusan berbasis data di sektor e-commerce. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(2), 98–110.

Kusnadi, F., & Prasetyo, E. (2023). Penerapan teknik RFM dan machine learning untuk segmentasi pelanggan pada platform e-commerce di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 120–135.

Rahmawati, L., & Prasetyo, H. (2023). Pengaruh segmentasi pelanggan terhadap efektivitas strategi pemasaran e-commerce di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital dan E-Commerce*, 8(1), 145–158.

Wijaya, A., & Sari, Y. (2023). Analisis RFM dan pengaruhnya terhadap retensi pelanggan di platform e-commerce. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 6(2), 123–135.