

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, G., Putra, F. A., & Renaldi, F., (2016). Penerapan Data Mining Pemakaian Air Pelanggan Untuk Menentukan Klasifikasi Potensi Pemakaian Air Pelanggan Baru Di Pdam Tirta Raharja Menggunakan Algoritma K-Means. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi* (pp. 498-506).
- Adiana, B. E., Soesanti, I., & Permanasari, A. E. (2018). Analisis segmentasi pelanggan menggunakan kombinasi RFM model dan teknik clustering. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(1), 23-32.
- Agusta, Y. (2007). K-Means – Penerapan, Permasalahan dan Metode Terkait. *Jurnal Sistem Dan Informatika*, 3(Februari), 47–60.
- Asroni., Ardian, R. (2015). Penerapan Metode K-Means Untuk Clustering Mahasiswa Berdasarkan Nilai Akademik Dengan Weka Interface Studi Kasus Pada Jurusan Teknik Informatika UMM Magelang. *Ilmiah Semesta Teknika*, 18(1), 76–82. <https://doi.org/10.1038/hdy.2009.180>
- Buttle, F. (2009). Customer Relation Management, Concept and Technologies, Second Edition. In *Elsevier Butterworth-Heinemann*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Carissa, A. (2014). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84471.
- Chaffey, D. (2009). E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.
- Dwinavinta, D., Nugraha, C., Fahmi, M., Naimah, Z., & Setiani, N. (2014). Klasterisasi Judul Buku dengan Menggunakan Metode K-Means. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) Yogyakarta*, 21(1), 1907–5022.
- 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). *Jurnal Sains Dan Teknologi Industri*, 15(1), 69–76.
- Hardiani, T., Sulisty, S., & Hartanto, R. (2015). Segmentasi Nasabah Tabungan Menggunakan Model RFM ( Recency , Frequency , Monetary ) dan K-Means Pada Lembaga Keuangan Mikro. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terapan (SEMANTIK)*, (May), 463–468.

- Hidayatullah, D. P., Rokhmawati, R. I., & Perdanakusuma, A. R. (2018). Analisis Pemetaan Pelanggan Potensial Menggunakan Algoritma K-Means dan LRFM Model Untuk Mendukung Strategi Pengelolaan Pelanggan ( Studi Pada Maninjau Center Kota Malang ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(8), 2406–2415.
- Lupiyoadi, R. (2014). Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa. *Pemasaran Jasa*, 1–40. <https://doi.org/10.1177/0300985809357753>
- Kendall, K. E., & Kendall, J. E. (2011). *Systems analysis and design*. Pearson Education Limited.
- Khormarudin, A. (2016). *Teknik Data Mining : Algoritma K-Means Clustering*. 1–12. Retrieved from <https://ilmukomputer.org/category/datamining/>
- Marketeers. (t.thn.). Dipetik Oktober 12, 2019, dari <http://marketeers.com/go-jek-andalkan-rfm-dalam-tentukan-segmentasi-pelanggan/>
- Monalisa, S. (2018). *Segmentasi Perilaku Pembelian Pelanggan Berdasarkan Model RFM dengan Metode K-Means*. 5341(April), 9–15.
- Montana, S., & Noor, M. M. (2010). Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Sistem E-Commerce. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 4(2), 139. <https://doi.org/10.21512/commit.v4i2.548>
- Ong, J. O. (2013). Implementasi Algoritma K-means clustering untuk menentukan strategi marketing president university. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol.12, no(juni), 10–20.
- Prastyo, Y., Eosina, P., Fatimah, F. (2017). Pembagian Tingkat Kecanduan Game Online Menggunakan K-Means Clustering Serta Korelasinya Terhadap Prestasi Akademik. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(2), 138–148. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i2.17307>
- Putu, N., Merliana, E., & Santoso, A. J. (2015). *Analisa Penentuan Jumlah Cluster Terbaik pada Metode K-Means*. 978–979.
- Rospicilia, T. (2020). *Operational And Analytical Customer Relationship Management*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Rumiarti, C. D., & Budi, I. (2017). Segmentasi Pelanggan Pada Customer Relationship Management di Perusahaan Ritel: Studi Kasus Pt Gramedia Asri Media. *Jurnal Sistem Informasi*, 13(1), 1-10.
- Sudriyanto. (2017). Clustering Loyalitas Pelanggan Dengan Metode RFM (Recency,Frequency,Monetary) dan Fuzzy C-Means. *Prosiding SNATIF Ke-4*, 815–822.

- Sugiarni, N. L. M., Pramana, D., & Puspita, N. N. H. (2015). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) Pada Sistem Informasi Travel X Berbasis Web. *Jurnal Sistem Dan Informatika*, 9, 53.
- Tsiptsis, K., & Chorianopoulos, A. (2010). Data Mining Techniques in CRM: Inside Customer Segmentation. In *Data Mining Techniques in CRM: Inside Customer Segmentation*. <https://doi.org/10.1002/9780470685815>
- Turban, E., Lee, J. K., Liang, T. P., Turban, D. C., & King, D. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.