

DAFTAR PUSTAKA

- A. Susanty, Silvi Eka. A. Hendrawan, Rully, S.Kom., M.Eng. Anggraeni, Wiwik, S.Si., M.Kom. *Segmentasi Pelanggan Menggunakan Two Stage Clustering dan LRFM Model pada Divisi Marketing PT.XYZ untuk Mendukung Strategi Pengelolaan Pelanggan*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Aggelis. V. & Chritodoulakis, D. 2004. Customer Clustering using RFM Analysis.
- Birant, Derya. 2011. Intelligent Value-Based Customer Segmentation Method for Campaign Management: A Case Study of Automobile Retailer. *Knowledge-Oriented Applications in Data Mining*. Turki.
- Curry, J. & Curry, A. 2000. “*The Customer Marketing Method: How To Implement and Profit from Customer Relationship Management*”.
- C.-H. Cheng, Y.-S. Chen. 2009. “Classifying the segmentation of customer value via RFM model and RS theory”. *Expert Systems with Applications* 36 (2009) 4176–4184.
- Data Transaksi Waroenk Laundry, Tahun 2012.
- Firdausi, Nabila. Wessiani, Naning Aranti. Santosa, Budi. Analisis *Financial Distress* dengan Pendekatan *Data Mining* pada Industri Manufaktur *Go-Public* di Indonesia. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Surabaya.
- Fuzzy C-Means, K-Means and Traditional Hierarchical Clustering Algorithms*”, *European Journal of Operational Research* 174 : 1742-1759.
- Harun, Haidir, Ir. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi. (Studi Kasus PT. Telekomunikasi Indonesia Kota Semarang). Universitas Diponegoro. Semarang.

- Han, J. dan Kamber, M., 2006, "*Data mining: Concepts and Techniques (2nd)*", Elsevier Inc.
- Hughes, Arthur. M. 1994. "Strategic Database Marketing: The Masterplan for Starting and Managing a Profitable, *Customer-Based Marketing Program*". Chicago : Probus Publishing Company.
- Irاندha, Irma P.W., 2008, "Analisis Keluarga Miskin dengan Menggunakan Metode. *Fuzzy C-Means Clustering*", Paper Tugas Akhir D4 Teknik Informatika. Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, Surabaya.
- J.-L. Seng, T.C. Chen. 2010. "*An analytic approach to select datamining for business decision*". Expert Systems with Applications 37 (2010) 8042–8057.
- Kalakota, R. & Robinson, M. 2001. *E-business 2.0: Roadmap for Success*, Addison-Wesley, Boston, MA.
- Kurniawati, Linda,. 2012. *Analisis Segmentasi Pelanggan Flexi Trendy Kota Bandung Menggunakan Rfm dan Clustering K-Means Untuk Program Customer Development*. Tugas Akhir. Bandung : Institut Teknologi Telkom.
- L.B. Romdhane et al. 2010. "*An efficient approach for building customer profiles from business data*". Expert Systems with Applications 37 (2010) 1573–1585.
- Mingoti, Sueli A. & Lima, Joab O., 2007, "*Comparing SOM Neural Network with Fuzzy C-Means, K-Means and Traditional Hierarchical Clustering Algorithms*", *European Journal of Operational Research* 174 : 1742-1759.
- Nugraheni, Yohana. 2011. *Data Mining dengan Metode Fuzzy untuk Customer Relationship Management (CRM) pada Perusahaan Retail*. Universitas Udayana. Denpasar.

- Pepper, D & Roger, M. 2004. *Managing Customer relationship: A Strategic Framework*. New Jersey: John Wiley and Sons. Inc Deck, Stewart .CIO Magazine. 15 Oktober 2001.
- Purba, Taufik, S.N. 2010. *Analisis Segmentasi Pelanggan TELKOM SPEEDY Berbasis Data Perilaku Penggunaan Layanan*. Tesis. Bandung : Institut Teknologi Telkom.
- Putra, I Ketut Gede Darma. Cahyawan, A. A. Kt. Agung. Shavitri, Dian. 2012. *Resonance Theory und RFM Model For Customer Segmentation In Retail Company*. Udayana University. Bali.
- Qiu, Dingxi, 2010, "A Comparative Study of K-means Algorithm and the Normal Mixture Model for Clustering: Bivariate Homoscedastic Case", *Journal of Statistical Planning and Inference, Elsevier B.V, Issue 140*, pp 1701-1711
- Santosa, Budi, 2007, *DATA MINING: Teknik Pemanfaatan Data untuk Keperluan Bisnis*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Stone, B., 1995. *Successful direct marketing methods*. Lincoln : Lincolnwood.
- Tan et al. 2005. "Introduction to Data Mining". ACM. Inc.
- Tsiptsis, K. & Choriantopoulos, A. 2009. *Data Mining Techniques in CRM : Inside Customer Segmentation*. United Kingdom: Wiley Publishing.
- Utami, A Reni,. 2010. *Pengembangan Strategi Untuk Mempertahankan Pelanggan Asuransi Berdasarkan Klasifikasi Pelanggan Dengan Data Mining Pada Pt Asuransi Paradiso*. Tugas Akhir. Bandung : Institut Teknologi Telkom.
- Wahyuni, Febriana Santi, 2009, "Penggunaan Cluster-Based Sampling untuk Penggalan Kaidah Asosiasi Multi Obyektif", Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional: Malang.

Widyawati, Novita Rizky. Wibisono, Yudi, MT. Kusnendar, Jajang, MT.
Perbandingan *Clustering Based on Frequent Word Sequence* dan *K-Means*
untuk Pengelompokan Dokumen Berbahasa Indonesia. Universitas
Pendidikan Indonesia. Bandung.