

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. T., Nurlatifah, H., & Sunarmo, S. (2024). Usulan Strategi Pemasaran Universitas Al Azhar Indonesia Menggunakan Metode K-Means Clustering. *JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.36722/sst.v9i1.2699>
- Febrianty, E., Awalina, L., & Rahayu, W. I. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Segmentasi Pelanggan Menggunakan Penerapan K-Means Clustering pada Transaksi Online Retail Optimizing Marketing Strategies with Customer Segmentation Using K-Means Clustering on Online Retail Transactions. *Jurnal Teknologi Dan Informasi (JATI)*, 13. <https://doi.org/10.34010/jati.v13i2>
- Firdaus, H. S., Nugraha, A. L., Sasmito, B., Awaluddin, M., & Nanda, C. A. (2021). *PERBANDINGAN METODE FUZZY C-MEANS DAN K-MEANS UNTUK PEMETAAN DAERAH RAWAN KRIMINALITAS DI KOTA SEMARANG* (Issue 01).
- Gunawan, H., & Purwayoga, V. (2022). DATA MINING MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING UNTUK MENGETAHUI POTENSI PENYEBARAN VIRUS CORONA DI KOTA CIREBON. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i1.1316>
- Hairani, H., Susilowati, D., Puji Lestari, I., Marzuki, K., & Mardedi, L. Z. A. (2022). Segmentasi Lokasi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode RFM dan K-Means Clustering. *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 21(2), 275–282. <https://doi.org/10.30812/matrik.v21i2.1542>
- Harani, N. H., Prianto, C., & Nugraha, F. A. (2020). Segmentasi Pelanggan Produk Digital Service Indihome Menggunakan Algoritma K-Means Berbasis Python. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i2>
- Haris Kurniawan, Sarjon Defit, & Sumijan. (2020a). Data Mining Menggunakan Metode K-Means Clustering Untuk Menentukan Besaran Uang Kuliah Tunggal. *Journal of Applied Computer Science and Technology*, 1(2), 80–89. <https://doi.org/10.52158/jacost.v1i2.102>
- Harsemadi, I. G., Agustino, D. P., & Budaya, I. G. B. A. (2023). Klasterisasi Pelanggan Tenant Inkubator Bisnis STIKOM Bali Untuk Strategi Manajemen Relasi Dengan Menggunakan Fuzzy C-Means. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 4(4), 232–243. <https://doi.org/10.35746/jtim.v4i4.293>
- Hermawati, V., & Sulaiman, R. (2021). *PENENTUAN SEGMENTASI PELANGGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN FUZZY C-MEANS DAN MODEL FUZZY RFM*.
- Indra, Nur, N., Iqram, M., & Inayah, N. (n.d.). *Perbandingan K-Means dan Hierarchical Clustering dalam Pengelompokan Daerah Beresiko Stunting*. 8(2), 2023.

- Irawan, I., Rizki, U., Jakak, P. M., Bagus Prayogi, M., & Rahman, M. (2024). Penerapan Metode K-Means Clustering Dalam Pengembangan Strategi Promosi Berbasis Data Penerimaan Mahasiswa Baru (Studi Kasus :Universitas Nurul Huda). In *Jurnal Nasional Ilmu Komputer* (Vol. 5, Issue 1).
- Lestari, W. (2019). Clustering Data Mahasiswa Menggunakan Algoritma K-Means Untuk Menunjang Strategi Promosi (Studi Kasus : STMIK Bina Bangsa Kendari). *Jurnal Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 4(2). <http://ejurnal.stmikbinsa.ac.id/index.php/simkom35>
- Masduki, S., Prihartini, E., & Abdullah, D. (2023). *ENTREPRENEUR*. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Nara Bagdja, M., Taufiq Subagio, R., & Dwi Kartika, V. (2024). PENERAPAN METODE K-MEANS UNTUK MENGLASIFIKASI MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK TOKO ONLINE. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 8, Issue 5).
- Nazar, R. (2024). IMPLEMENTASI PEMROGRAMAN PYTHON MENGGUNAKAN GOOGLE COLAB. *Jurnal Informatika Dan Komputer (JIK)*, 15.
- Ni Luh Wiwik, S. R. G., Arifah, F., Wijaya, A., Ahmad, N., Ardiana, D., Efendy, F., Iskandar, A., Hazriani, Sari, I., Gustiana, Z., Prianto, C., Gustian, D., & Negara, E. (2021). Data Mining dan Penerapan Algoritma. *Yayasan Kita Menulis*.
- Prasetya, A. Y., & Utary, R. (2022). *ANALISIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CV. CIPTA ADHI NUGRAHA CREATIVE*. 2(2).
- Sandy Prasetyo, S., & Rachman Hakim, A. (2020). PENERAPAN FUZZY C-MEANS KLUSTER UNTUK SEGMENTASI PELANGGAN E-COMMERCE DENGAN METODE RECENCY FREQUENCY MONETARY (RFM). *JURNAL GAUSSIAN*, 9(4), 421–433. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/gaussian/>
- Saputra, D. B., & Rihsakomara, E. (2018). *Implementasi Fuzzy C-Means dan Model RFM untuk Segmentasi Pelanggan (Studi Kasus : PT. XYZ)*.
- Saputra, J., Iqbal Al Aksha, M., Maryani, L., Gilang, & Rahmaddeni. (2024). *Analisis Perbandingan Efektivitas Metode Fuzzy C-Means dan K-Means dalam Mengelompokkan Buku Analisis Perbandingan Efektivitas Metode Fuzzy C-Means dan K-Means dalam Mengelompokkan Buku Berdasarkan Frekuensi Peminjaman di Perpustakaan SMKN 1 Mandau*.
- Setiawan, A., Yusuf, D., Syafira, N., & Tania, T. (2024). ANALISIS DESKRIPTIF UMP (UPAH MINIMUM PROVINSI) SEINDONESIA (2002-2022) MENGGUNAKAN METODE FUZZY C MEANS CLUSTERING. In *Jurnal Ilmu Komputer* (Vol. 8, Issue 12).

- Tarigan, P., Tata Hardinata, J., Qurniawan, H., Safii, M., & Winanjaya, R. (2022). *IMPLEMENTASI DATA MINING MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI DALAM MENENTUKAN PERSEDIAAN BARANG (STUDI KASUS : TOKO SINAR HARAHAHAP)* (Vol. 12, Issue 2). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- Utama, A. A., & Ardiansah, I. (2023). ANALISIS SEGMENTASI MENGGUNAKAN METODE RFM DALAM MENGIDENTIFIKASI PERILAKU PELANGGAN. *SemanTIK : Teknik Informasi*, 9(2), 107. <https://doi.org/10.55679/semantik.v9i2.44945>
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). PENGARUH PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Victoria Damanik, Y., Fadillah, S., Indah Rizky Simbolon, Y., Retno Andani, S., Studi Sistem Informasi, P., & Tunas Bangsa Pematangsiantar, S. (2024). PENERAPAN FUZZY MAMDANI PADA SISTEM PENERIMAAN SISWA BARU SMA NEGERI DI PEMATANGSIANTAR Article Info ABSTRAK. In *Jurnal JPILKOM* (Vol. 2, Issue 2). Online.
- Wicaksono, A., Bachtiar, F. A., & Setiawan, N. Y. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Fuzzy C-Means Clustering berdasarkan RFM Model pada E-Commerce (Studi Kasus: E-Commerce XYZ). In *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN:xxx-XXXX* (Vol. 5, Issue 4). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Wiguno, T. C., & Nataliani, Y. (2022). Penerapan k-Means Clustering Berdasarkan Analisis RFM Terhadap Segmentasi Pembeli untuk Meningkatkan Strategi CRM. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(4), 1871. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i4.4472>
- Wijoyo, A., Saputra, A. Y., Ristanti, S., Sya'ban, R., Amalia, M., & Febriansyah, R. (2024). Pembelajaran Machine Learning. *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 3.