

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. D. L., & Fitrianah. D. (2021). Comparative Study of Fuzzy C-Means and K-Means Algorithm for Grouping Customer Potential in Brand Limback. *Jurnal Riset Informatika*. vol. 3 No. 4, pp. 327334, 2021, doi: 10.34288/jri.v3i4.241
- Alam. A., Ahamad. M. K. (2024). K-Means Hybridization with Enhanced Firefly Algorithm for High-Dimension Automatic Clustering. *Journal of Advance Research in Applied Sciences and Engineering Technology*. Vol. 33 No.3 137-153. <https://doi.org/10.37934/araset.33.3.137153>
- Anitha, P., & Patil, M. M. (2022). RFM model for customer purchase behavior using K-Means algorithm. *Journal of King Saud University -Computer and Information Sciences*, Vol. 34 No.5
- Ashari, F., Ilham, Nugroho, E., Baraku, R., Yanda, I., & Liwardana, R. (2023). Analysis of Elbow, Silhouette, Davies-Bouldin, Calinski-Harabasz, and Rand-Index Evaluation on K-Means Algorithm for Classifying Flood-Affected Areas in Jakarta. *Journal of Applied Informatics and Computing*. Vol. 7, 89-97. <https://doi.org/10.30871/jaic.v7i1.4947>
- Atira. A., Sari. B. N. (2023). Penerapan Silhouette Coefficient, Elbow Method dan Gap Statistics untuk Penentuan Cluster Optimum dalam Pengelompokan Provinsi di Indonesia Berdasarkan Indeks Kebahagiaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol. 9 No. 17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8282638>
- Awalina, E. F L., & Rahayu. W. I. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Segmentasi Pelanggan Menggunakan Penerapan K-Means *Clustering* pada Transaksi Online Retail. *JATI*. Vol. 13 No. 2. DOI 10.34010/jati.v13i2
- Bagul. N., Surana. P.P., Berad. P., Khachane. C. (2021). Retail Customer Churn Analysis Using RFM Model and K-Means Clustering. *International Journal of Engineering Research & Technology*. Vol.10. Issue 3. ISSN: 2278-0181
- Carudin. (2021). Pemanfaatan Data Transaksi Untuk Dasar Membangun Strategi Berdasarkan Karakteristik Pelanggan Dengan Algoritma K-Means Clustering

dan Model RFM. Jurnal Teknologi Terpadu. Vol. 7No. 1, 7-14. ISSN : 2477-0043 ISSN ONLINE : 2460-7908

Christy. A. J., Umamakeswari. A., Priyatharsini. L., and Neyaa. A. (2021). RFM ranking-an effective ap-proach to customer segmentation. Journal of King Saud University-Computer and Information Sci-ences. Vol. 33 No. 10, pp. 1251–1257

Djun. S. F., Gunadi. I. G. A., & Sariyasa. S. (2024). Analisis Segmentasi Pelanggan padaBisnis dengan Menggunakan Metode K-Means *Clustering* pada Model Data RFM. Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia. Vol. 5 No. 4 354-364. <https://journal.sekawan-org.id/index.php/jtim/>

Ekasetya. V. A., Jananto. A. (2020). Klustering Optimal Dengan Elbow Method Untuk Pengelompokan Data Kecelakaan Lalu Lintas di Kota Semarang. Dinamika Informatika. Vol. 12 No. 1 2714-8769

Ernawati. E., Baharin. S. S. K., & Kasmin. F. (2020). A review of data mining methods in RFM-based customer segmentation. J. Phys. Conf. Ser., 1869. Vol. 1p. 12085 doi: 10.1088/1742-6596/1869/1/012085

Firmansyah, H., Widyana, S. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. Jurnal Bisnis dan Pemasaran. Vol.11. ISSN : 2087-3077

Harani. H. N., Prianto. C., Nugraha. F. A. (2020). Segmentasi Pelanggan Produk Digital Service Indihome Menggunakan Algoritma K-Means Berbasis Python. Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA). Vol. 10 No. 2. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jamika>

Hayati, S., Suroso, A., Suliyanto, & Elfan Kaukab, M., (2020). Customer satisfaction as a mediation between micro banking image, customer relationship and customer loyalty. Management Science Letters, Vol. 10 No. 11, 2561–2570

Hidayanti. R., Zubair. A., Pratama. A. H., Indana. L. (2021). *Silhouette Coefficient Analysis in 6 Measuring Distances of K-Means Clustering*. Indonesia Journal on Computer and Information Technology. Techno.COM, Vol. 20, No. 2, Mei 2021: 186-197

- Ikotun, A. M., Ezugwu, A. E., Abualigah, L., Abuhaija, B., Heming, J., & Abualigah, L. (2023). K-means *clustering* algorithms: A comprehensive review, variants analysis, and advances in the era of big data. *Information Sciences*, 622, 178-210.
- K. Tsipstsis, *Data Mining Tehniques in CRM: Inside Customer Segmentation*. 2010.
- Khan. I. K., Daud. H. B., Zinuddin. N. B., Sokkalingam. R., Farooq. M., Baig. M. E., Ayub. G., Zafar. M. (2024). Dermining the optimal number of clusters by Enhanced Gap Statistic in K-mean algorithm. *Egyptian Informatics Journal*. Vol. 27. <https://doi.org/10.1016/j.eij.2024.100504>
- Kiat. A. B. H., Azhar. Y., Rahmayanti. V. (2020). Penerapan Metode K-Means Dengan Metode Elbow Untuk Segmentasi Pelanggan Menggunakan Model RFM (Recency, Frequency & Monetary). *Jurnal Repositor*. Vol. 2 No. 7, 945-952
- Kellen., Jollyta. D. (2022). Segmentasi Pelanggan Hotel Labersa Untuk Mengetahui Tingkat Loyalitas Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means Dan RFM (Recency, Frequency, Monetary). *Jurnal Mahasiswa Aplikasi Teknologi Komputer dan Informasi*. Vol. 4 No.3 135-139, E ISSN : 2685-6565
- Kristanti.B. T., Junaidi. A., Mandyartha. E. P. (2024). Implementasi K-Means *Clustering* Dalam Segmentasi pelanggan Berdasarkan Usia, Pendapatan, dan Model RFM (studi kasus: Lantikya Store Jomabang). *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro (JITET)*. Vol. 12 No. 3. <http://dx.doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4677>
- Kong. W., Wang. Y., Dai. H., Zhao. L., Wang. C. (2021). Analysis of Energy Consumption Structure Based on K-Means Clustering Algorithm. *E3S Web Conference*. 267, 01054. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202126701054>
- Maori. N. A. (2023). Metode Elbow Dalam Optimasi Jumlah *Cluster* pada K-means *Clustering*. *Jurnal SIMETRIS*. Vol. 14 No. 2. 2252-4983. <https://doi.org/10.24176/simet.v14i2.9630>

- Maskanah. I., Primajaya. A., Rizal. A. (2020). Segmentasi Pelanggan Toko Purnama dengan Algoritma K-Means dan Model RFM untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Jurnal Inovtek Polbeng. Vol. 5 No. 2. <https://doi.org/10.35314/isi.v5i2.1443>
- Monalisa. S., I. Erza. (2021). Analisis Loyalitas Agen Biasa dan Agenstok Menggunakan Model RFM (Recency, Frequency, Monetary) dan Algoritma K-Medoids pada BC 4 HPAI Pekanbaru Techno.Com. Vol. 20 No. 1. 109-121. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4219>
- Nikmatun, I. A. (2019). Implementasi Data Mining Untuk Klasifikasi Masa Studi Mahasiswa Menggunakan Algoritma K-Nearest Neighbor. Jurnal SIMETRIS. Vol. 10 No. 2
- Nisa. K., Heikal. J. (2022). Strategi Sa Pelanggan Manja Beauty Skincare Dengan Menggunakan Analisa Rfm Model. Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika (JATI). Vol. 6 No. 1. <https://doi.org/10.36040/jati.v6i1.4558>
- Pata. I. R. C., Statiswaty. Ransi. N. (2023). Segmentasi Pemetaan Pelanggan Potensial Menggunakan Algoritma DbSCAN dengan RFM Model Berbasis Web. ANIMATOR. Vol. 1 No. 2. <http://animator.uho.ac.id/index.php/journal>
- Perdana. S. A., Florentin. S. F., Santoso. A. (2022). Analisis Segmentasi Pelanggan Menggunakan K-Means *Clustering* studi Kasus Aplikasi Alfagift. SEBATIK Journal. Vol. 26 No. 2. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.1991>
- Pramudiansyah. A., Munte. H. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-means Berdasarkan Model Recency Frequency Monetary. Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer. Vol. 7 No.2. <https://doi.org/10.35329/jiik.v7i2.201>
- Prasetyo. S. S., Mustafid. M, & Hakim. A. R. (2021). Penerapan Fuzzy C-Means Kluster Untuk Segmentasi Pelanggan E-Commerce Dengan Metode Recency Frequency Monetary (RFM) Jurnal Gaussian. Vol. 9 No. 4 pp. 421–433, doi: 10.14710/j.gauss.v9i4.29445
- Pudoli. A., Nugroho. R., Kusumaningsih. Y. D. (2024). Implementasi Algoritma K-Means *Clustering* dalam Pengelompokan Produk Pigeon Pada PT. Digital Niaga Indonesia Berdasarkan Analisis Recency, Frequency, Monetary (RFM).

AJCSR [Academic Journal of Computer Science Research]. Vol. 6 No. 1. 36-46.
<http://dx.doi.org/10.38101/ajcsr.v6i1.10794>

Rahim. M. A., Mushafiq M., Khan. S., and Arain. Z. A. (2021). RFM - based repurchase behavior for customer classification and segmentation. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 61, pp. 1–9. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102566>

Rocha. L. M., Zela. M. A .C ., Torres. N. I. V., Medina. G. S. (2021). Analogy of the Application of Clustering and K-Means Tehniques for the Approximation of Values of Human Development Indicators. International Journal of Advanced Computer Science and Applications. Vol. 12 No.9

Rohmah. A., Sembiring. F., Erfina. A. (2021). Implementasi Algoritma K-Means Clustering Analysis Untuk Menentukan Hambatan Pembelajaran Daring (Studi Kasus: Smk Yaspim Gegerbitung). SISMATIK Seminar Nasional Sistem Informasi dan Manajemen Informatika.

Sajidah., Herdiana. R., Solihudin. D. (2023). Segmentasi Pelanggan Salon Nuii Beauty Glow Menggunakan K-Means *Clustering*. JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika). Vol. 7 No. 1. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6333>

Sarkar. M., Puja. A. R., Chowdhury. F. R. (2024). Optimizing Marketing Strategies with RFM Method and K-Means Clustering Based AI Customer Segmentation Analysis. Vol. 6 (2):54-60. DOI: 10.32996/jbms

Setiono. A., Triyaudi. A., Handayani. E. T. E. (2023). Analisis Recency Frequency Monetary Dan K-Means *Clustering* Pada Klinik Gigi Untuk Menentukan Segmentasi Pasien. Jurnal Sistem Informasi. Vol. 10 No. 1. 1-6. <https://doi.org/10.30656/jsii.v10i1.5999>

Shirole. R., Salokhe. L., Jadhav. S. (2021). Customer Segmentation using RFM Model and K-Means Clustering. International Journal of Scientific Research in Science and Technology. Vol. 8 Issue 3. doi : <https://doi.org/10.32628/IJSRST2183118>

- Siagian. R., Sirait.P ., Halim. A. (2022). Penerapan Algoritma K-Means dan K-Medoids untuk Segmentasi Pelanggan pada Data Transaksi E-Commerce. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*. Vol. 11 No. 2 260-270
- Susilowati. D., Hairani. H., Lestari. I. P., Marzuki. K, Mardedi, L. Z. A. (2022). Segmentasi Lokasi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode RFM dan K-Means Clustering Segmentation of New Student Admission Promotion Locations Using RFM and K-Means Clustering. *Jurnal Manajemen, Teknik Informatika, dan Rekayasa Komputer*. Vol. 21 No. 2. 275-282. <https://doi.org/10.30812/matrik.v21i2.1542>
- Vysala. A., Gomes. D. J. (2020). Evaluating and Validating Cluster Results. *Computer Science & Information Technology (CS & IT)*. PP. 37-47. DOI: 10.5121/csit.2020.100904
- Wahyuni. S., Wulansari. T. T., Fahrullah. (2023). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Analisis Recency, Frequency, Monetary Menggunakan Algoritma K-Means Pada CV. Toedjoe Sinar Group. *JURTI*. Vol. 7 No. 2, 2579-8790
- Wibowo. A., Handoko. A. R. (2020). Segmentasi Pelanggan Ritel Produk Farmasi Obat Menggunakan Metode Data Mining Klasterisasi Dengan Analisis Recency Frequency Monetary (RFM) Termomodifikasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*. Vo. 7 No. 3. 573-580 <https://doi.org/10.25126/jtiik.2020702925>
- 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-CommerceXYZ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 5 No. 4. 1351-1360
- Wijaya. K. Z., Djunaidy. A., & Mahananto. F. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means dan Analisis RFM di Ova Gaming E-Sports Arena Kediri. *Jurnal TEKNIK ITS*. Vol. 10 No. 2. 2337-3539 [10.12962/j23373539.v10i2.67707](https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.67707)