

DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Komala and H. Sugilar, “KATEGORI DAN LAYANAN E-COMMERCE TERHADAP DAYA BELI DI KALANGAN MAHASISWA,” *Jurnal Benefita*, vol. 5, no. 1, p. 129, Feb. 2020, doi: 10.22216/jbe.v5i1.4235.
- [2] S. Suntani, S. Politeknik, K. Bandung, and C. Sitasi, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Widya Cipta*, vol. 2, no. 2, pp. 247–254, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- [3] I. A. Pangestu dan G. T. Mardiani, “SISTEM INFORMASI REKOMENDASI PRODUK DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI CV. XYZ,” *KOMPUTA: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, vol. 10, no. 2, 2021.
- [4] S. Kuswayati, S. Erina Damayanti, P. Studi Teknik Informatika, and S. Tinggi Teknologi Bandung, “PERANCANGAN SKEMA PENJUALAN BARANG RITEL SECARA CROSS SELLING MENGGUNAKAN MARKET BASKET ANALYSIS,” *Jurnal Ilmiah Nasional Riset Aplikasi dan Teknik Informatika*, vol. 01, 2019.
- [5] A. Apriori *et al.*, “Implementasi Metode Association Rule Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Untuk Rekomendasi Promo Barang,” *CSRID*, vol. 10, no. 2, p. 93, Jun. 2018, doi: 10.22303/csrid.10.2.2018.93-103.
- [6] T. Triyanto, H. Yulianti, and M. Ikhwan, “PENERAPAN DATA MINING TERHADAP DATA PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI PADA TOKO CITRA UTAMA,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, vol. 8, no. 2, p. 401, May 2024, doi: 10.52362/jisamar.v8i2.1485.
- [7] Siti Nurajizah, “Analisa Transaksi Penjualan Obat Menggunakan Algoritma Apriori,” *Jurnal Invotek Polbeng*, vol. 4, no. 1, 2019.
- [8] Tukino, “Analisis Pola Pembelian Konsumen Pada PT Indoritel Makmur Internasional Tbk Menggunakan Metode Algoritma Apriori Tukino 1,” *Jurnal Desain Dan Analisis Teknologi (JDDAT)*, Jan. 2023, [Online]. Available:

<http://journal.aptikomkepri.org/index.php/JDDAT75JURNALDESAINANANALISISTEKNOLOGI>

- [9] M. Ec. D. Dr.M.Afdhal Chatra P, *Metode Kualitatif*. PT.SonpediaPublishingIndonesia, 2023.
- [10] Q. Rahmawati, “PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, RISIKO SISTEMATIS, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT Nur Fadjrih Asyik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,” *JurnalIlmudanRisetAkuntansi*, vol. 9, Jan. 2020.
- [11] J. Madre, H. Yudi Sukmono, and S. Gunawan, “Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Sebagai Salah Satu Media Promosi Pada Perusahaan,” *JOURNAL OF INDUSTRIAL AND MANUFACTURE ENGINEERING*, vol. 5, no. 2, Nov. 2021, doi: 10.31289/jime.v5i2.5594.
- [12] A. Transaksi *et al.*, “Analisa Transaksi Penjualan Dalam Peningkatan Promosi Penjualan Berbasis Sistem Informasi,” *Jurnal Ekombis Review*, vol. 11, no. 1, pp. 357–368, Dec. 2022, doi: 10.37676/ekombis.v11i1.
- [13] K. Media Promosi Barang Berdasarkan Perilaku Pembelian Pelanggan Menggunakan Algoritma Apriori Desti Fitriati, “Implementasi Data Mining untuk Menentukan Kombinasi Media Promosi Barang Berdasarkan Perilaku Pembelian Pelanggan Menggunakan Algoritma Apriori,” *AnnualResearchSeminar*, vol. 2, no. 1, Dec. 2016, [Online]. Available: <http://ars.ilkom.unsri.ac.id472>
- [14] S. Si. , M. S. Retno Tri Wulandari, *Data Mining*. Yogyakarta: GavaMedia, 2017.
- [15] S. Barkah and A. Finandhita, “IMPROVING PRODUCTS WITH APPROACH CUSTOMERRELATIONSHIP MANAGEMENT IN SENTOSA ANDALAN WURMB CV.”
- [16] F. Soufitri, “PERANCANGAN DATA FLOW DIAGRAM UNTUK SISTEM INFORMASI SEKOLAH (STUDI KASUS PADA SMP PLUS TERPADU)”.