

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Zahra Hafidz, “Strategi Public Relations Starbucks Dalam Mempertahankan Loyalitas Customer.” [Daring]. Tersedia pada: <https://www.researchgate.net/publication/361308018>
- [2] D. Robby Prasetyo, “APAKAH MEMBERSHIP BISA MEMBUAT KONSUMEN LOYAL TERHADAP SUATU PERUSAHAAN UNIVERSITAS MA CHUNG MALANG.”
- [3] İ. SABUNCU, E. TÜRKAN, dan H. POLAT, “CUSTOMER SEGMENTATION AND PROFILING WITH RFM ANALYSIS,” *Turkish Journal of Marketing*, vol. 5, no. 1, hlm. 22–36, Apr 2020, doi: 10.30685/tujom.v5i1.84.
- [4] S. Dolnicar, B. Grün, dan F. Leisch, “Management for Professionals Market Segmentation Analysis Understanding It, Doing It, and Making It Useful.” [Daring]. Tersedia pada: <http://www.springer.com/series/10101>
- [5] S. Sharyanto dan D. Lestari, “Penerapan Data Mining Untuk Menentukan Segmentasi Pelanggan Dengan Menggunakan Algoritma K-Means dan Model RFM Pada E-Commerce,” *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, vol. 9, no. 4, hlm. 866, Agu 2022, doi: 10.30865/jurikom.v9i4.4525.
- [6] C. C. Aggarwal, *Data Mining*. Cham: Springer International Publishing, 2015. doi: 10.1007/978-3-319-14142-8.
- [7] (Ncr dan J. Clinton, “Step-by-step data mining guide,” DaimlerChrysler, 2000.
- [8] K. P. Sinaga dan M. S. Yang, “Unsupervised K-means clustering algorithm,” *IEEE Access*, vol. 8, hlm. 80716–80727, 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.2988796.
- [9] S. K. Dirjen *dkk.*, “Terakreditasi SINTA Peringkat 4 Klasterisasi Karakter Konsumen Terhadap Kecenderungan Pemilihan Produk Menggunakan K-Means,” 2018.

- [10] T. M. Dista dan F. F. Abdulloh, "Clustering Pengunjung Mall Menggunakan Metode K-Means dan Particle Swarm Optimization," *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 6, no. 3, hlm. 1339, Jul 2022, doi: 10.30865/mib.v6i3.4172.
- [11] M. McDonald, M. Christopher, dan M. Bass, *Market Segmentation: Marketing*, 2003. Doi: 10.1007/978-1-4039-3741-4_3.
- [12] M. Harahap, Y. Lubis, dan Z. Situmorang, "Analisis Pemasaran Bisnis dengan Data Science: Segmentasi Kepribadian Pelanggan berdasarkan Algoritma K-Means Clustering," *Data Sciences Indonesia (DSI)*, vol. 1, no. 2, hlm. 76–88, Jan 2022, doi: 10.47709/dsi.v1i2.1348.
- [13] P. A. Wicaksana, I. B. A. Swamardika, dan R. S. Hartati, "Literature Review Analisis Perilaku Pelanggan Menggunakan RFM Model," *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*, vol. 21, no. 1, hlm. 21, Jul 2022, doi: 10.24843/mite.2022.v21i01.p04.
- [14] S. Ika Murpratiwi, I. Gusti Agung Indrawan, dan A. Aranta, "ANALISIS PEMILIHAN CLUSTER OPTIMAL DALAM SEGMENTASI PELANGGAN TOKO RETAIL," *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, vol. 18, no. 2, 2021.
- [15] D. Birant, "6 Data Mining Using RFM Analysis." [Daring]. Tersedia pada: www.intechopen.com
- [16] D. T. Larose dan C. D. Larose, "DISCOVERING KNOWLEDGE IN DATA An Introduction to Data Mining Second Edition Wiley Series on Methods and Applications in Data Mining."
- [17] A. M. Husein, D. Setiawan, A. R. K. Sumangunsong, A. Simatupang, dan S. A. Yasmin, "Combination Grouping Techniques and Association Rules For Marketing Analysis based Customer Segmentation," *Sinkron*, vol. 7, no. 3, hlm. 1998–2007, Agu 2022, doi: 10.33395/sinkron.v7i3.11571.