

DAFTAR PUSTAKA

- Astria, C., Windarto, A. P., & Hartama, D. (2019). Penerapan K-Medoid Pada Rumah Tangga Yang Memiliki Sumber Penerangan Listrik Pln Berdasarkan Provinsi. *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer)*, 3(1), 604–609. <https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1667>
- Astuti, H. (2019). Penerapan Data Mining Menggunakan Metode K-Means Clustering Untuk Pengelompokan Data Pelanggan (Studi Kasus : PT. Pinus Merah Abadi). *Jurnal Web Informatika Teknologi*, 4(1), 9.
- Febriani, A., & Putri, S. A. (2020). Segmentasi Konsumen Berdasarkan Model Recency, Frequency, Monetary dengan Metode K-Means. *Jiems (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 13(2), 52–57. <https://doi.org/10.30813/jiems.v13i2.2274>
- Fitri Indina, Iwan Purnama, & Syaiful Zuhri Harahap. (2021). Analisa Metode SAW Dalam SPK Penentuan Pelanggan Terbaik. *JIKOMSI [Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi]*, 4(2), 7–14.
- Gumanty Widinastia, A., Chrisnanto, Y. H., & Santikarama, I. (2021). Sistem Segmentasi Loyalitas Pelanggan Berbasis RFM Menggunakan PAM Di Laundry Forten's. *Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 5(1), 745–751.
- Gustriansyah, R., Suhandi, N., & Antony, F. (2019). Clustering optimization in RFM analysis based on k-means. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 18(1), 470–477. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v18.i1.pp470-477>
- H. Singh and S. Srivastava. (2020). Customer Segmentation in E-Commerce to Retain and Gain the Customers. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(7), 12846–12856.
- Madani, A., Rahmah, A., Nurunnisa, F., & Elia, A. (2022). *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Customer Segmentation at BC HNI 2 Pekanbaru by Applying the K-Medoids Algorithm and Recency, Frequency, Monetary (RFM) Model Segmentasi Pelanggan pada BC HNI 2 Pekanbaru dengan Menerapkan Alg.* 179–186.
- Marwazia Shaliha, K., Angelyna, A., Aulia Nugraha, A., Humam Wahisyam, M., & Kurnia Sandi, T. (2021). Implementasi K-Means Clustering pada Online Retail berdasarkan Recency, Frequency, dan Monetary (Implementation of K-Means Clustering in Online Retail based on Recency, Frequency, and Monetary). *Gunung Djati Conference Series*, 3. <https://conferences.uinsgd.ac.id/gdcs>

- Mirantika, N., Syamfithriani, T. S., & Trisudarmo, R. (2023). Implementasi Algoritma K-Medoids Clustering Untuk Menentukan Segmentasi Pelanggan. *Jurnal Nuansa Informatika*, 17, 2614–5405. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Moertini, V. S. (2002). Data Mining Sebagai Solusi Bisnis. *Integral*, 7(1), 44–56.
- Panjaitan, D., & Setyorini, R. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v10i1.2772>
- Prakasawati, P. E., Chrisnanto, Y. H., & Hadiana, A. I. (2019). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Produk Menggunakan Metode K- Medoids. *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer)*, 3(1), 335–339. <https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1610>
- Purnama, G., Pudjiantoro, T. H., & Sabrina, P. N. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan K-Medoids Berdasarkan Model Length, Recency, Frequency, Monetary (LRFM). *SNIA (Seminar Nasional Informatika dan Aplikasinya)*, 5, 29–34. <https://snia.unjani.ac.id/web/index.php/snia/article/view/240>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rachmadi, J. B., Santoso, E., & Yudistira, N. (2020). *Sistem Pendukung Keputusan Rekomendasi Siswa Kelas Unggulan menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) dan Weighted Product (WP) (Studi Kasus : SMA Negeri 1 Taman, Sidoarjo)*. 4(9), 2969–2979. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Rizki, B., Ginasta, N. G., Tamrin, M. A., & Rahman, A. (2020). Customer Loyalty Segmentation on Point of Sale System Using Recency-Frequency-Monetary (RFM) and K-Means. *Jurnal Online Informatika*, 5(2), 130. <https://doi.org/10.15575/join.v5i2.511>
- Sulistiyawati, A. A. D., & Sadikin, M. (2021). Penerapan Algoritma K-Medoids Untuk Menentukan Segmentasi Pelanggan. *Sistemasi*, 10(3), 516. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i3.1332>
- Suryadi, S., Ritonga, W. A., Siagian, T. N., Marpaung, M. F. R., Hariyanto, H., Ritonga, S., & Ramadhana, R. S. A. (2022). Uji Sensitivitas Metode Pembobotan ROC, SWARA Terhadap Kriteria Karyawan Terbaik Dengan Menggunakan Metode SAW. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 532–540. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1952>

- Taufik Kurnialensya, & Rohmad Abidin. (2020). 135-Article Text-311-1-10-20200609. *Sistem Pendukung Keputusan Pelanggan Terbaik Dan Pemberian Diskon Menggunakan metode Saw & Topsis*, 13(1), 18–33.
- Wicaksono, M. R., Sakaria, S., & Oktavia, C. A. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Mempermudah Kinerja Dalam Proses Penerimaan Beasiswa Menggunakan Metode SAW (Simple Additive Weighting) Berbasis Web (Studi Kasus: SMAS Empat Lima 1 Babat). *J-Intech*, 8(01), 30–38. <https://doi.org/10.32664/j-intech.v8i01.468>