

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, M., Lubis, Y., & Situmorang, Z. (2022). Analisis Pemasaran Bisnis dengan Data Science : Segmentasi Kepribadian Pelanggan berdasarkan Algoritma K-Means Clustering. *Data Sciences Indonesia (DSI)*, 1(2), 76–88. <https://doi.org/10.47709/dsi.v1i2.1348>
- Manalu, D. A., & Gunadi, G. (2022). IMPLEMENTASI METODE DATA MINING K-MEANS CLUSTERING TERHADAP DATA PEMBAYARAN TRANSAKSI MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PYTHON PADA CV DIGITAL DIMENSI. *Infotech: Journal of Technology Information*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.37365/jti.v8i1.131>
- Mawarni, H., Testiana, G., & Dalafranka, M. L. (2023). IMPLEMENTASI ALGORITMA K-MEANS UNTUK SEGMENTASI PELANGGAN PADA PT. BINTANG MULTI SARANA CABANG TUGUMULYO. *Jurnal Komputer Dan Informatika*, 11(2), 227–236. <https://doi.org/10.35508/jicon.v11i2.12478>
- Mohammad Ferdiansyah. (2024). Implementasi Algoritme K-Means++ Untuk Clustering Penjualan Bahan Bangunan. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 4(1), 181–193. <https://doi.org/10.55606/juitik.v4i1.767>
- Nugroho, N., & Adhinata, F. D. (2022). Penggunaan Metode K-Means dan K-Means++ Sebagai Clustering Data Covid-19 di Pulau Jawa. *Teknika*, 11(3), 170–179. <https://doi.org/10.34148/teknika.v11i3.502>
- Nuraeni, F., Susilawati, H., & Handoko Agustin, Y. (2023). Perbandingan Implementasi Algoritma K-Means++ Dan Fuzzy C-Means Pada Segmentasi Citra Wajah. *JuTI “Jurnal Teknologi Informasi,”* 1(2), 47. <https://doi.org/10.26798/juti.v1i2.722>
- Pailan, Y. O., Chrisnanto, Y. H., & Hadianna, A. I. (2022). Segmentasi Loyalitas Pelanggan Berbasis RFM (Recency, Frequency, Monetary) Menggunakan K-Means pada PD. Persada Ikan.
- Pramudiansyah, A. P. (2021). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means Berdasarkan Model Recency Frequency Monetary. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 7(2), 06–19. <https://doi.org/10.35329/jiik.v7i2.201>
- Pudoli, A., Nugroho, R., Yulianawati, Y., & Kusumaningsih, D. (2024). Implementasi Algoritma K-Means Clustering dalam Pengelompokkan Produk Pigeon Pada PT. Digital Niaga Indonesia Berdasarkan Analisis Recency, Frequency, Monetary (RFM). *Academic Journal of Computer Science Research*, 6(1), 36.

<https://doi.org/10.38101/ajcsr.v6i1.10794>

- Rizaldi, P. A., Hakimah, M., & Indriyani, T. (2022). Penentuan Jurusan Siswa SMA Menggunakan Metode K-Means ++. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan X*, 1–7.
- Rumiarti, C. D., & Budi, I. (2020). *SEGMENTASI PELANGGAN PADA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI PERUSAHAAN RITEL: STUDI KASUS PT GRAMEDIA ASRI MEDIA*.
- Saputra, T. I., & Arianty, R. (2019). Implementasi Algoritma K-Means Clustering Pada Analisis Sentimen Keluhan Pengguna Indosat. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 24(3), 191–198. <https://doi.org/10.35760/ik.2019.v24i3.2361>
- Satriawan, A., Andreswari, R., & Pratiwi, O. N. (n.d.). *SEGMENTASI PELANGGAN TELKOMSEL MENGGUNAKAN METODE CLUSTERING DENGAN RFM MODEL DAN ALGORITMA K-MEANS TELKOMSEL CUSTOMER SEGMENTATION USING CLUSTERING METHOD WITH RFM MODEL AND K-MEANS ALGORITHM*.
- Suharti, P. H., Suryandari, A. S., & Amalia, R. N. (2022). ANALISIS KINERJA MODUL PENGENDALI TEKANAN UDARA PCT-14 BERBASIS PLC DENGAN BERBAGAI METODA TUNING. *Sebatik*, 26(2), 420–427. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2134>
- Wicaksono, Y. (2020). SEGMENTASI PELANGGAN BISNIS DENGAN MULTI KRITERIA MENGGUNAKAN K-MEANS. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 1(2), 45. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v1i2.872>