

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1). <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Ardolino, M., Adrodegari, F., & Saccani, N. (2015). A structured business model typology for product-service systems in capital goods sector. *ResearchGate*, May 2016.
- Dumanska, I., Hrytsyna, L., Kharun, O., & Matviiets, O. (2021). E-commerce and m-commerce as global trends of international trade caused by the covid-19 pandemic. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 17, 386–397. <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.38>
- Fauziyyah, A. K. (2019). MARKET BASE ANALYSIS PADA BISNIS DROPSHIP DENGAN ALGORITMA APRIORI DALAM MENENTUKAN PRODUCT BUNDLING BERBASIS R. *Indonesian Journal of Business Intelligence*, 2(1).
- Fayitz Radhi, M. (2023). *Perancangan Alokasi Produk di Supermarket Dengan Menerapkan Association Rule Mining Menggunakan Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Impulse Buying*.
- Fister, I., Fister, I., Fister, D., Podgorelec, V., Fister, I., & Salcedo-Sanz, S. (2023). A comprehensive review of visualization methods for *Association Rule* mining: Taxonomy, challenges, open problems and future ideas. *Expert Systems with Applications*, 233. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.120901>
- Gunadi, G., & Sensuse, D. I. (2012). Penerapan Metode Data Mining Market Basket Analysis Terhadap Data Penjualan Produk Buku Dengan Menggunakan Algoritma Apriori Dan Frequent Pattern Growth ( Fp-Growth ) : *Telematika*, 4(1).

- Iriadi, N., Setioningtias, L., & Priatno, P. (2021). Implementasi Data Mining Pada Klasifikasi Ketidakhadiran Pegawai Menggunakan Metode C4.5. *Computer Science (CO-SCIENCE)*, 1(1). <https://doi.org/10.31294/coscience.v1i1.198>
- Kaur, J., & Madan, N. (2015). Association Rule Mining: A Survey. *International Journal of Hybrid Information Technology*, 8(7), 239–242. <https://doi.org/10.14257/ijhit.2015.8.7.22>
- Kuswayati, S., & Tjahyadi, D. (n.d.). MARKET BASKET ANALYSIS MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI UNTUK PENETAPAN STRATEGI BUNDLING PENJUALAN BARANG.
- Masnur, A. (2015). Analisa Data Mining Menggunakan Market Basket Analysis untuk Mengetahui Pola Beli Konsumen. *Sains Dan Teknologi Informasi*, 1(2).
- Muhammad, I. N., Islam, M. F., & Nugroho, A. (2021). Prediksi Produk Bundle Pada Promo Dengan Algoritma Apriori Menggunakan Association Rule. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2). <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2.174>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. In *A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0307-10.2010>
- Papavasileiou, V., & Tsadiras, A. (2011). Time variations of Association Rules in market basket analysis. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 364 AICT(PART 2). [https://doi.org/10.1007/978-3-642-23960-1\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-642-23960-1_5)
- Suntoro, J. (2019). 22-DATA MINING Algoritma dan Implementasi Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP. *DATA MINING Algoritma Dan Implementasi Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP*, 9(9).
- Susandi, D., & Sukisno, S. (2017). Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 4. <https://doi.org/10.30656/jsii.v4i0.368>

- Tarigan, P. M. S., Hardinata, J. T., Qurniawan, H., Safii, M., & Winanjaya, R. (2022). Implementasi Data Mining Menggunakan Algoritma Apriori Dalam Menentukan Persediaan Barang. *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.25008/janitra.v2i1.142>
- Telikani, A., Gandomi, A. H., & Shahbahrami, A. (2020). A survey of evolutionary computation for *Association Rule* mining. *Information Sciences*, 524, 318–352. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2020.02.073>
- Utami, I. T., & Dapa, R. (2024). Aplikasi Metode Market Basket Analysis dengan Algoritma Apriori untuk Mengetahui Pola Belanja Konsumen pada Online Shop Amerta Fashion. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(1). <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i1.79963>