

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, H. K. (2022). Kajian Manajerial Efektifitas Pemeliharaan Jaringan Distribusi Menggunakan Uji ANOVA. *Jurnal Teknik Mesin Sinergi*, 20(2), 225. <https://doi.org/10.31963/sinergi.v20i2.3610>
- Afiasari, N., Suarna, N., & Rahaningsi, N. (2023a). Implementasi Data Mining Transaksi Penjualan Menggunakan Algoritma *Clustering* dengan Metode K-Means. *Jurnal SAINTEKOM*, 13(1), 100–110. <https://doi.org/10.33020/saintekomp.v13i1.402>
- Afiasari, N., Suarna, N., & Rahaningsi, N. (2023b). Implementasi Data Mining Transaksi Penjualan Menggunakan Algoritma *Clustering* dengan Metode K-Means. *Jurnal SAINTEKOM*, 13(1), 100–110. <https://doi.org/10.33020/saintekomp.v13i1.402>
- Al ghifari, M. S., Martanto, & Hayati, U. (2024). PENGELOMPOKAN TRANSAKSI PENJUALAN AKSESORIS HP DAN PULSA DENGAN METODE K-MEANS UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI TOKO BAGUS CELLULER. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(3).
- Alamsyah, A., Prasetyo, P. E., Sunyoto, S., Bintari, S. H., Saputro, D. D., Rohman, S., & Pratama, R. N. (2022). Customer Segmentation Using the Integration of the Recency Frequency Monetary Model and the K-Means *Cluster* Algorithm. *Scientific Journal of Informatics*, 9(2), 189–196. <https://doi.org/10.15294/sji.v9i2.39437>
- Aldilla, A. N., Salsabilla, A. Z., & Nurharyanti. (2024). Pengaruh Saluran Distribusi dan Kebijakan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen dan Dampaknya Terhadap Volume Penjualan. *JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–8.
- Alghifari, M. S., & Hayati, U. (2024). PENGELOMPOKAN TRANSAKSI PENJUALAN AKSESORIS HP DAN PULSA DENGAN METODE K-MEANS UNTUK MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN DI TOKO BAGUS CELLULER. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(3).

- Alifa, T. T., Astuti, R., & Muhamad Basysyar, F. (2024). IMPLEMENTASI DATA MINING MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS *CLUSTERING* DALAM ANALISIS PENJUALAN PRODUK. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 8, Nomor 1).
- Ananda, R., Dewi, A. R., Mohd Amin, M. B., Huda, M., & Gushelmi, G. (2023). Unsupervised Feature Selection Based on Self-configuration Approaches using Multidimensional Scaling. *Jambura Journal of Mathematics*, 5(2), 351–362. <https://doi.org/10.34312/jjom.v5i2.20397>
- Aprita, L., & Perdana, A. (2023). Penerapan Metode Data Mining terhadap Data Transaksi Penjualan Menggunakan Algoritma Apriori pada Toko Metro Akustik. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 9(1), 274–283. <https://doi.org/10.37012/jtik.v9i1.1381>
- Ardani, W. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1).
- Arya, N., Mendrofa, N., Lasmono, D., Sunaryanto, T., Pertanian, F., Universitas, B., & Wacana, K. S. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP BELANJA ONLINE DI PASAR TRADISIONAL KOTA SEMARANG (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Tumbasin.id) ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS ONLINE SHOPPING IN THE SEMARANG TRADITIONAL MARKET (Case Study on Consumer Tumbasin.id Site). Dalam *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian* (Vol. 14, Nomor 1).
- Ayu Kusumaningrum, D., & Nilogiri, A. (2021). IMPLEMENTASI METODE ASOSIASI DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA EQUIVALENCE CLASS TRANSFORMATION (ECLAT) PADA POLA PEMBELIAN KONSUMEN UNTUK REKOMENDASI PELETAKAN RAK BARANG (Study Kasus Toko Delima Jaya).
- Dirbawanto, N. D., & Adlina, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan Di Era New Normal. *EcoGen Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Indonesia*, 5(1), 136–143. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>

- Dista, T. M., & Abdulloh, F. F. (2022a). *Clustering Pengunjung Mall Menggunakan Metode K-Means dan Particle Swarm Optimization*. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(3), 1339. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i3.4172>
- Dista, T. M., & Abdulloh, F. F. (2022b). *Clustering Pengunjung Mall Menggunakan Metode K-Means dan Particle Swarm Optimization*. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(3), 1339. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i3.4172>
- Febrianty, E., Awalina, L., & Rahayu, W. I. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Segmentasi Pelanggan Menggunakan Penerapan K-Means *Clustering* pada Transaksi Online Retail Optimizing Marketing Strategies with Customer Segmentation Using K-Means *Clustering* on Online Retail Transactions. *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*, 13. <https://doi.org/10.34010/jati.v13i2>
- Hendrastuty, N., Aldino, A. A., Hamidy, F., Ferico, A., & Pasaribu, O. (2022). PENERAPAN ALGORITMA ECLAT DAN APRIORI PADA DATA MINING UNTUK MARKET BASED ANALISIS PENJUALAN. *JDMSI*, 3(2), 27–35.
- Herdyansyah, S., Hermaliani, E. H., Kurniawati, L., & Rahayu, S. (2020). ANALISA METODE ASSOCIATION RULE MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH TERHADAP DATA PENJUALAN (STUDY KASUS TOKO BERKAH). *JURNAL KHATULISTIWA INFORMATIKA*, VIII(2), 127–133. www.nusamandiri.ac.id
- Juhari, T., & Juarna, A. (2022). Implementation Rfm Analysis Model For Customer Segmentation Using The K-Means Algorithm Case Study Xyz Online Bookstore. *EXPLORE*, 12(1).
- Julia, I., Priyatna, B., & Shofia Hilabi, S. (2024). Penerapan Metode K-Means *Clustering* Untuk Menentukan Jumlah Penjualan Terlaris Pada CV. Equipment & Tools. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 13(1), 428–438.
- Karina, N. D., Darmansyah, Awalludin, D., & Bakhri, A. S. (2023). Inovasi & Adopsi Teknologi Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan

- Pada BelanjaOnline Terhadap Perilaku Konsumen. *LPPM STMIK ROSMA / Prosiding Seminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi*, 80–89.
- Lesmana, T. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN GENERASI MILENIAL DALAM BERBELANJA ONLINE. *Bisnis dan Industri (EBI)*, 05(02), 46–56. <http://jurnal.cic.ac.id/>
- Limanseto, H. (2023, Maret 9). *Tingkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk, Pemerintah Bidik Pasar Ekspor Industri Furnitur Makin Luas*. KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA.
- Miranda, S. A., Fahrullah, F., & Kurniawan, D. (2022). Implementasi Association Rule Dalam Menganalisis Data Penjualan Sheshop dengan Menggunakan Algoritma Apriori. *METIK JURNAL*, 6(1), 30–36. <https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.342>
- Negara, I. S. M., Purwono, & Ahmad Ashari, I. (2018). Analisa *Cluster* Data Transaksi Penjualan Minimarket Selama Pandemi Covid-19 dengan Algoritma K-means. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 3(1), 153–160.
- Nugraheni, M. (2020). PERBANDINGAN JACCARD SIMILARITY DENGAN EXTENDED JACCARD SIMILARITY PADA PENALARAN BERBASIS KASUS. *Jurnal Pinter*, 4(2).
- Palupi, R., Yulianna, D. A., & Winarsih, S. S. (2021). Analisa Perbandingan Rumus Haversine Dan Rumus Euclidean Berbasis Sistem Informasi Geografis Menggunakan Metode Independent Sample t-Test. *JITU : Journal Informatic Technology And Communication*, 5(1), 40–47. <https://doi.org/10.36596/jitu.v5i1.494>
- Purwati, N., & Karnila, S. (2023). Strategi Peningkatan Penjualan Produk Menggunakan Market Basket Analysis. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 13(2), 96–103. <https://doi.org/10.21456/vol13iss2pp96-103>
- Rafly Hermawan, A., & Jannah, S. W. (2024). Exploring Semantic Similarity among MUI Fatwas: A Computational Analysis using Generalized Jaccard Similarity. Dalam *Halal Research* (Vol. 4, Nomor 2).

- Risti, E. A. (2022). Implementasi Pengolahan Sistem Penjualan Furniture Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus : Furniture Jati Sungu Bandar Lampung). *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(4), 435–4459. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- Rozi, F., Fakhrul Rozi, M., Siregar, R., Syahputri, N. I., Teknik, F., & Komputer, D. (2023). Penerapan Data Mining Menggunakan Metode Naive Bayes Untuk Klasifikasi Data Penentuan Hasil Penjualan Dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Sistem Komputer*, 2(2), 444–454.
- Sa'di, M. D., & Suyanto, A. (2023). THE EFFECT OF MARKETING STRATEGY AND CONSUMER BEHAVIOR ON TREADMILL SALES VOLUME AT CV. GAF TRIDAYA MANDIRI PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP VOLUME PENJUALAN TREADMILL PADA CV. GAF TRIDAYA MANDIRI. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 226–239.
- Saenafulloh, R., & Stefani, A. (2023). OPTIMASI PENJUALAN TOKO KELONTONG DENGAN MENERAPKAN ALGORITMA APRIORI. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 7, Nomor 3).
- Salim, Z., & Munadi, E. (2017). Info Komoditi Furnitur. *Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*.
- Sanjaya, M. A., & Yudhistira, A. (2025). Pengaruh Video Unboxing TikTok pada Keputusan Pembeli Produk Kecantikan Generasi Z: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 5(1), 75–85. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.566>
- Saputra, R., & Sibarani, A. J. P. (2020). Implementasi Data Mining Menggunakan Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Pola Penjualan Obat. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 7(2), 262–276. <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Sari, D. (2020). ANALISIS STRENGHT WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN ROTI. *PRAGMATIS Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 7–14.
- Sari, K. (2020) Analisis Evaluasi Perhitungan Jarak terhadap Nilai Silhouette Coefficient pada Algoritma K-Means. *Tesis*, 1-96.

- Sholekha, E., Irawan, B., & Bahtiar, A. (2024). ANALISIS PENJUALAN PRODUK SNACK DAN MINUMAN MENGGUNAKAN METODE K-MEANS PADA DATASET TRANSAKSI PENJUALAN. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 8, Nomor 3).
- Silitonga, R., & Wahyuni, D. (2023). ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BARANG DIMASA PENDEMI COVID-19 PADA PT. ANDALAN BINTANG SAMPALI. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 3(1), 90–103.
- Silviya Qotrunnada. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Flashsale E - Commerce Terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Ditinjau dari Perilaku Impulsivebuying: Study Case Tokopedia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2273>
- Suharjo, R. A., & Wibowo, A. (2020). Customer Relationship Management in Retail Using Double Association Rule. *International Journal of Emerging Trends in Engineering Research*, 8(5), 1620–1625. <https://doi.org/10.30534/ijeter/2020/23852020>
- Sukestiyarno, Y. L., Sapolo, H. A., & Sofyan, H. (2023). *Application of Recommendation System on E-Learning Platform Using Content-Based Filtering with Jaccard Similarity and Cosine Similarity Algorithms*. <https://doi.org/10.20944/preprints202306.1672.v1>
- Supriyadi, D., Mahardika, A., & Febriani, A. (2020). Penerapan Association Rule Mining Berbasis Algoritma Frequent Pattern Growth Untuk Rekomendasi Penjualan. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 7(2), 135–148. <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Susanto. (2023). Penerapan Data Mining Untuk Membantu Strategi Marketing Penjualan Roti Menggunakan Metode K-Medoids. *Journal Global Tecnology Computer*, 2(2), 67–74.
- Umar, E., Manongga, D., & Iriani, A. (2022). Market Basket Analysis Menggunakan Association Rule dan Algoritma Apriori Pada Produk Penjualan Mitra Swalayan Salatiga. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(3), 1367. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i3.4217>

- Wahyuni, A. S., & Utamajaya, J. N. (2022). Penerapan Data Mining Untuk Menentukan Strategi Penjualan Pada Toko Raja Komputer Menggunakan Metode *Clustering*. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 281. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i2.4003>
- Wirdawati, W., Yulihartati, S., Ramadhanu, A., Putra, U., Yptk, I. ", Padang, ", & Disetujui, D. D. (2024). Implementasi Euclidean Distance dan Segmentasi K-Means *Clustering* Pada Identifikasi Citra Jeruk Nipis. *Journal Computer Science*, 3(2).
- Yoq, M., Ahmad, & Fadhilah, M. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KUALIAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN PROMOSI PRODUK. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 6(4).
- Yosefa. (2021). USULAN STRATEGI PEMASARAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT. X. *Jurnal Administrasi Bisnis [JAB]*, 17(1), 61–82.
- Zuhdi, I. (2022). Data Mining menggunakan Metode Rough Set dalam Memprediksi Tingkat Penjualan Peralatan Komputer. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 142–147. <https://doi.org/10.37034/infeb.v4i4.159>