

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>
- Afiasari, N., Suarna, N., & Rahaningsi, N. (2023). Implementasi Data Mining Transaksi Penjualan Menggunakan Algoritma Clustering dengan Metode K-Means. *Jurnal SAINTEKOM*, 13(1), 100–110. <https://doi.org/10.33020/saintekom.v13i1.402>
- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amin, F., Anggraeni, D. S., & Aini, Q. (2022). Penerapan Metode K-Means dalam Penjualan Produk Souq.Com. *Applied Information System and Management (AISM)*, 5(1), 7–14. <https://doi.org/10.15408/aism.v5i1.22534>
- Annisa, K., Ginting, B. S., & Syar, M. A. (2022). Penerapan Data Mining Pengelompokan Data Pengguna Air Bersih Berdasarkan Keluhannya Menggunakan Metode Clustering Pada Pdam Langkat. *Jurnal Sistem Informasi Kaputama (JSIK)*, 6(2), 165–179. <https://doi.org/10.59697/jsik.v6i2.167>
- Ardhianti, D., & Kusuma, P. J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *Jurnal Maneksi*, 12(4), 950–962. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.2026>
- Arifianto, F., Hasudungan, J., Muzaky, A., & Achsan, H. T. Y. (2024). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Recency , Frequency , dan Monetary dengan K-Means Clustering : Studi Kasus Toko Pakaian Almost Famous komponen penting dari strategi bisnis modern . Dalam era komputer dan internet saat ini , untuk mengumpulkan informasi b. 10(1), 122–135.

- Awalina, E. F. L., & Rahayu, W. I. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Segmentasi Pelanggan Menggunakan Penerapan K-Means Clustering pada Transaksi Online Retail. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 13(2), 122–137. <https://doi.org/10.34010/jati.v13i2.10090>
- Barata, M., Ayuni, I. S., Kartini, A. Y., & Alawi, Z. (2024). Algoritma K-Means dalam Clustering Produk Skincare untuk Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Informatika Polinema*, 10(3), 421–428. <https://doi.org/10.33795/jip.v10i3.5167>
- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. *Matrix : Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 10(3), 87–93. <https://doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>
- Bimantara, Y., Novita, D., & Jaelani. (2022). ( Survei Pada Konsumen Mobil Honda Brio di Lampung ). *Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 27–36.
- Darmi, Y. D., & Setiawan, A. (2017). Penerapan Metode Clustering K-Means Dalam Pengelompokan Penjualan Produk. *Jurnal Media Infotama*, 12(2), 148–157. <https://doi.org/10.37676/jmi.v12i2.418>
- Hanief, R. A., & Purnama, N. I. P. I. (2024). Strategi Pemasaran Peternak Ayam Broiler Di Surya Endang Farm Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1441–1454. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4166>
- Harum, R., Fathurrohman, F., & Rizki Rinaldi, A. (2024). Pemodelan Pola Penjualan Sepatu Impor Melalui Pendekatan Algoritma K-Means. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 4223–4230. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9801>
- Hernosa, S. P. H. (2023). Karakteristik Konsumen Nanas Dikabupaten Labuhan Batu Sumatera Utara. *Jurnal Agriuma*, 5(1), 14–22. <https://doi.org/10.31289/agri.v5i1.8811>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di

- Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hidayat, T., & Putro, B. E. (2020). Analisis Karakteristik Konsumen Hotel “X” dengan Menggunakan Metode K-Means Clustering. *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 4(2), 53. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v4i2.995>
- Ikhwan, A., & Aslami, N. (2020). Implementasi Data Mining untuk Manajemen Bantuan Sosial Menggunakan Algoritma K-Means. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2), 208–217. <https://doi.org/10.36294/jurti.v4i2.2103>
- Iswavigra, D. U., Zen, L. E., & Hanim, H. (2023). Marketing Strategy UMKM Dengan CRISP-DM Clustering & Promotion Mix Menggunakan Metode K-Medoids. *Jurnal Informasi dan Teknologi (JIDT)*, 5, 45–54. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i1.260>
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32663/crmj.v4i1.1827>
- Komariyah, S., & Subiyantoro, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Angkatan Tahun 2019-2020). *Jurnal Economina*, 2(9), 2644–2659. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.839>
- Konferensi, M. (2021). *Penentuan Media Promosi Berdasarkan Karakteristik Pelanggan dengan Menggunakan Analisis Clustering dan Strategi Bauran Pemasaran*.
- Kristianto, W. W., & Rudianto, C. (2020). Penerapan Data Mining Pada Penjualan Produk Menggunakan Metode K-Means Clustering (Studi Kasus Toko Sepatu Kakikaki). *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 5, 90–98.
- Leung, C. (2020). The Importance Role of Service Quality in Modern Digital Business Ecosystem. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Martujan, T. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Sebagai Kendaraan Pribadi. *Jurnal Sistem Informasi*

- Universitas Suryadarma*, 9(2). <https://doi.org/10.35968/jsi.v9i2.924>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Mukhtar, H., Pramaditya, I. D., Weisdiyanto, W. S., & Putra, S. H. (2024). *Jurnal Software Engineering and Information System ( SEIS ) ALGORITMA K-MEANS UNTUK PENGELOMPOKAN PERILAKU CUSTOMER*. 4(2), 96–101.
- Nugraha, A., Nurdiawan, O., & Dwilestari, G. (2022). Penerapan Data Mining Metode K-Means Clustering Untuk Analisa Penjualan Pada Toko Yana Sport. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 849–855. <https://doi.org/10.36040/jati.v6i2.5755>
- Orisa, M. (2022). Optimasi Cluster pada Algoritma K-Means. *Prosiding SENIATI*, 6(2), 430–437. <https://doi.org/10.36040/seniati.v6i2.5034>
- Oroh, G. J., Nelwan, O., & Lumintang, G. (2023). Penerapan Marketing Mix 7P Pada Cv.Indocipta Karya Gemilang Leilem. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 465–474. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45933>
- Pasar, D. A. N. J. (2024). *PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DI DESA SUMBANG PURWOKERTO UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN JANGKAUAN PASAR Destin Alfianika Maharani 1 , Reza Rahmadi Hasibuan 2*. 3(2), 130–141.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2804–2814. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>
- Rafi Nahjan, M., Nono Heryana, & Apriade Voutama. (2023). Implementasi Rapidminer Dengan Metode Clustering K-Means Untuk Analisa Penjualan

- Pada Toko Oj Cell. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(1), 101–104. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6094>
- Rizki Ani, F., Kurniawan, R., & Suprapti, T. (2024). Penerapan Algoritma K-Means Clustering Untuk Perencanaan Persediaan Stok Sepatu Di Toko Diomclothing. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(6), 3699–3707. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i6.8233>
- Rosdiana, N. (2023). Analisis Strategi Marketing Mix untuk Penjualan Online dengan Metode SWOT pada Toko Gopek Fashion Ditinjau dari Perspektif Syariah. *Jurnal Masharifal-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(30), 322–336.
- Saragih, R., & Elisabeth, D. M. (2019). Jurnal Manajemen Tools. *JURNAL MANAJEMEN Open*, 9(September 2017), 283–290.
- Sari, I. N., Aravik, H., & Choiriyah, C. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Pada PT Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Pembantu Km 12 Palembang Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 475–494. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.88>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. Dalam *Jakarta: Indeks*.
- Siallagan, B. (2023). Inovasi Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Manufaktur. *Circle Archive*, 2–11.
- Sindi, S., Ningse, W. R. O., Sihombing, I. A., R.H.Zer, F. I., & Hartama, D. (2020). Analisis Algoritma K-Medoids Clustering Dalam Pengelompokan Penyebaran Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 166–173. <https://doi.org/10.36294/jurti.v4i1.1296>
- 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>
- Sulaiman, M., Yudistira, R., Narasati, R., & Herdiana, R. (2024). Penerapan Data Mining dengan Metode Clustering untuk menentukan Strategi Peningkatan Penjualan Berdasarkan Data Transaksi. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 6(1).

- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Surbakti, N. K. (2021). Data Mining Pengelompokan Pasien Rawat Inap Peserta BPJS Menggunakan Metode Clustering (Studi Kasus : RSUD.Bangkalan). *Journal of Information and Technology*, 1(2), 47–53. <https://doi.org/10.32938/jitu.v1i2.1470>
- Syam Al ghifari, M., Martanto, M., & Hayati, U. (2024). Pengelompokan Transaksi Penjualan Aksesoris Hp Dan Pulsa Dengan Metode K-Means Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Di Toko Bagus Celluler. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 2838–2849. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9559>
- Syaputri, D., Noprita, P. H., & Romelah, S. (2021). Implementasi Algoritma K-Means untuk Pengelompokan Distribusi Sosial Ekonomi Masyarakat Berdasarkan Demografi Kependudukan. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.57152/malcom.v1i1.5>
- Tahyudin, I., Syafiq, B. I., & Santoso, B. B. (2021). Inovasi Promosi Kerajinan “Sandal Bandol” Sebagai Oleh-Oleh Unik Untuk Pengunjung Hotel Di Kabupaten Banyumas Melalui E-Katalog. *ABDIMAS ALTRUIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 14–20. <https://doi.org/10.24071/aa.v4i1.2329>
- Tasya Yustika Putri, Tuti Anggraini, & Rahmat Daim Harahap. (2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tennis (Teh Nikmat Sidamanik). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37–48. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12915](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12915)
- Tjahyadi, R. A., & Cornellia Stella Mahardhika. (2022). Pengujian Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Kosmetik Emina. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 130–142. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i2.3130>
- Triyansyah, D., & Fitriana, D. (2020). Analisis Data Mining Menggunakan Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Strategi Marketing. *Jurnal*

*Telekomunikasi dan Komputer*, 8(3), 163.  
<https://doi.org/10.22441/incomtech.v8i3.4174>

Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., Rogahang, J. J., & ... (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection. ... : *Journal Of ...*, hal 2.

Widaningsih, S. (2022). Penerapan Data Mining untuk Memprediksi Siswa Berprestasi dengan Menggunakan Algoritma K Nearest Neighbor. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(3), 2598–2611.  
<https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i3.859>

Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (Hpp) Dalam Menentukan Harga Jual. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i2.5704>

Zai, C. (2022). Implementasi Data Mining Sebagai Pengolahan Data. *Jurnal Portal Data*, 2(3), 1–12.

Sari, D. P., Putra, R. B., Fitri, H., Ramadhanu, A., & Putri, F. C. (2019). Pengaruh Pemahaman Pajak, Pelayanan Aparat Pajak, Sanksi Perpajakan dan Preferensi Risiko Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus UMKM Toko Elektronik di Kecamatan Sitiung Dharmasraya). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 1(2), 98-102.