

DAFTAR PUSTAKA

- . F., Kesuma, F. T., & Tamba, S. P. (2020). Penerapan Data Mining Untuk Menentukan Penjualan Sparepart Toyota Dengan Metode K-Means Clustering. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima(JUSIKOM PRIMA)*, 2(2), 67–72. <https://doi.org/10.34012/jusikom.v2i2.376>
- Amir, S., & Abijono, H. (2019). Penerapan Data Mining untuk Mendukung Pemasaran Produk Pinjaman Bank. *CAHAYATECH*, 7(2), 161. <https://doi.org/10.47047/ct.v7i2.102>
- Anggara, N. A. A., Hutahaean, J., & Iqbal, M. (2022). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(4), 480–488. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1440>
- Anjar Wanto. (2020). *Data Mining: Algoritma Dan Implementasi*.
- Bahtiar, A., Muhima, R. R., & Rachman, A. (2019). Application of the Spiral Model in Platformer Game Design. *National Seminar on Applied Science and Technology VII*, 601–606.
- Gustientiedina, G., Adiya, M. H., & Desnelita, Y. (2019). Penerapan Algoritma K-Means Untuk Clustering Data Obat-Obatan. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 5(1), 17–24. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v5i1.2019.17-24>
- Hasan, S., & Muhammad, N. (2020). Sistem Informasi Pembayaran Biaya Studi Berbasis Web Pada Politeknik Sains Dan Teknologi Wiratama Maluku Utara. *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 5(1), 44. <https://doi.org/10.36549/ijis.v5i1.66>

- Herlina, H., & Surya Mulyana, T. M. (2020). Analisis Persepsi Dan Hubungan Prestasi Belajar Matematika Dengan Prestasi Bahasa Pemrograman. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.20884/1.jmp.2020.12.1.1932>
- Hidayat, R. (2014). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Sisfotek Global*, 4(2), 3.
- Ibrahim, A., Mauluddin, M. H., Saputra, A. W., Carolina, A., Mardiana, M., Wiratama, Y., & Ramadhan, R. R. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unipin. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i1.989>
- Ismail. (2015). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Journal, I., Untuk, C. R. M., Tingkat, I., Pelanggan, K., Pt, P., Jalur, T., Ekakurir, N., & Agen, J. N. E. (2017). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Rancang Bangun Aplikasi Customer Relationship Management Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*. 92–100.
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Oktarina, R. (2022). Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(5), 1–13. <http://teknologiterkini.org/index.php/terkini/article/view/162%0Ahttp://teknologiterkini.org/index.php/terkini/article/download/162/162>

- Pricillia, T., & Zulfachmi. (2021). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak (Waterfall, Prototype, RAD). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 10(1), 6–12. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v10i1.153>
- Puteri, E. T., Kusnanto, G., & Thomas, C. J. (2020). Penerapan K-Means Clustering Untuk Segmentasi Pelanggan Pada Sistem Customer Relationship Management Di Pt. Unichem Candi Indonesia. *Konvergensi*, 15(2). <https://doi.org/10.30996/konv.v15i2.3651>
- Putranto, A. H. (2020). Pembangunan layanan web pendukung penerapan customer relationship management di pt esensi solusi buana. *Uajy*. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjKiOKwsPP6AhUoDbcAHZfBCucQFnoECBwQAQ&url=http%3A%2F%2Fe-journal.uajy.ac.id%2F23339%2F1%2F1607089961.pdf&usg=AOvVaw15njlRZFhW3omJXoHAzbTz>
- Rahadian, H. A. (2022). *Segmentasi karakteristik konsumen mentoring menggunakan metode K-means dan Hierarchical clustering untuk Customer Relationship Management (CRM)*. http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/56230%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/56230/2/HanifAristyoRahadiyan_H96218058ok.pdf
- Rahayu, D., Suryanto, A. A., Nurlifa, A., Muqtadir, A., & Miftahurrohman, M. (2022). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Di Toko Handphone Rejo Cell Tuban. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sains Tahun 2022, 1*, 161–166.
- Rismayadi, A. A., Fatonah, N. N., & Junianto, E. (2021). Algoritma K-Means

- Clustering Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Di Cv. Integreet Konstruksi. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 3(1), 30–36.
<https://doi.org/10.51977/jti.v3i1.393>
- Safitri, E. D., Pratiwi, N. M. I., & Maduwinarti, A. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Desain Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Swarovski Galaxy Mall Surabaya Elly Dwi Safitri, Ni Made Ida Pratiwi, Ayun Maduwinarti. *Vol 7 No 2 (2021): Jurnal Dinamika Adminstrasi Bisnis*, 7.
- Saleh, S., Basri, C. N., Informasi, J. S., & Management, C. R. (2021). Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) dan Analisa Tingkat Loyalitas Pelanggan pada Toko Swalayan. *Jurnal Teknik*, 15(x), 45–53.
- Suaebah, I., & Mardiana, A. (2020). *Sistem Anggaran Dan Pelaporan Biaya Operasional Fakultas Berbasis Web*. 4(3), 79.
- Syabania, R., & Rosmawani, N. (2021). Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website. *Rekayasa Informasi*, 10(1), 44–49.
- Syarif, M., & Nugraha, W. (2020). Pemodelan Diagram UML Sistem Pembayaran Tunai Pada Transaksi E-Commerce. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTik)*, 4(1), 70 halaman.
<http://jurnal.kaputama.ac.id/index.php/JTIK/article/view/240>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Wahid, A. A. (2020). Analisis Metode Waterfall Untuk Pengembangan Sistem

Informasi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK*, November, 1–5.

Wardani, N. W., Arnidya, D. J., Agus, I. N., Putra, S., Made, N., & Rosa, M. (2022). *Prediksi Pelanggan Loyal Menggunakan Metode Naïve Bayes Berdasarkan Segmentasi Pelanggan dengan Pemodelan RFM*. 12(2), 113–124.

Wicaksono, Y. (2019). 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>