

DAFTAR PUSTAKA

- Awalina, E. F., & Rahayu, W. I. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran dengan Segmentasi Pelanggan Menggunakan Penerapan *K-means Clustering* pada Transaksi Online Retail. *Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)*.
- Christian, Y., & Qi, K. O. (2022). Penerapan *K-means* pada Segmentasi Pasar untuk Riset Pemasaran pada Startup Early Stage dengan Menggunakan CRISP-DM. *Jurnal Riset Komputer*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management (Manajemen Strategi Konsep)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Febriyan, F., & Supriono, S. (2019). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26-36.
- Gustientiedina, Adiya, M. H., & Desnelita, Y. (2019). Penerapan Algoritma *K-means* Untuk *Clustering* Data Obat-Obatan Pada RSUD Pekanbaru. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*.
- Harahap, M., Lubis, Y., & Situmorang, Z. (2022). Analisis Pemasaran Bisnis dengan Data Science: Segmentasi Kepribadian Pelanggan berdasarkan Algoritma *K-means Clustering*. *Data Science Indonesia*.
- Hasibuan, S., & Amela, F. (2019). Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink di Kota Binjai. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 26-36.
- Herdiana, O., Maulani, S., & Firdaus, E. A. (2021). Strategi Pemasaran Produk Industri Kreatif Menggunakan Algoritma *K-means Clustering* Berbasis *Particle Swarm Optimization*. *Nuansa Informatika: Jurnal Teknologi dan Informasi*.
- Hidayat, U., Helilintar, R., & Ramadhani, R. A. (2022). Rekomendasi Restock Parfum Menggunakan Metode *K-means*. *Seminar Nasional Inovasi Teknologi*.
- Prastiyo, A., Fathoni, A., & Malik, D. (2018). Strategi Pemasaran Produk Jahe

- Merah Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Ud. Barokah Ungaran. *Jurnal of Management*, 1-11.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 225.
- Riadi, R., & Mesran. (2023). Penerapan *Data mining* Menggunakan Algoritma *K-means* Untuk Analisa Penjualan Parfume. *Journal of Informatics, Electrical and Electronics Engineering*.
- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., & Agustin, R. R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan.
- Santoso, S. (2014). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Saputro, A. S., & Yulianto, E. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Paket Data Kampus Dalam Persaingan Di Bidang Paket Data Internet (Studi Kasus Pada PT Telkomsel Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 163-169.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utomo, H. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Gunadarma.
- Wenehenubun, E., Moento, P. A., & Laiyan, D. (2021). Strategi Peningkatan Mahasiswa di Luar Program Akademik. *ESTUPRO*, 125-131.
- Widayanto, A. T., & Witanti, A. (2021). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Analisis RFM Menggunakan Algoritma *K-means* Sebagai Dasar Strategi Pemasaran (Studi Kasus PT Coversuper Indonesia Global). *Jurnal Konstelasi*.
- Yusfin, A. M., Abduh, T., & Abubakar, H. (2021). *Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan*. Gowa: Pusaka Almailda.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- <https://mediaindonesia.com/ekonomi/555921/brand-parfum-lokal-catatkan-penjualan-yang-semakin-tinggi-di-2023>
- Jihan Asmita Mandiri, Yulinda L. Ismail, & Ramlan Amir Isa. (2024). Pengaruh

Produk Bundling dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Produk Skincare The Originote di Kota Gorontalo. *Economic Reviews Journal*.

Muhammad Firli Musaffa, & Budi Prasetyo. (2025). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Merek Adidas Pada Pengguna Shopee di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*.

Nurhadi. (2025). Peran Influencer Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness di Media Sosial. *Astina Mandiri*.

Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, & Mila Dinda Safira. (2019). Analisa Strategi *Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*.

Nadiatul Khairat, & Sri Widaningsih. (2024). Penerapan Bauran Pemasaran 4P pada Astiga Leather Tahun 2024. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*.

Selawati, Mohammad Faizal, & Choirunnisak. (2022). Analisis Bauran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Pada Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Al-Falah Banyuasin. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*.

Erika Dwi Rahmawati, Diva Fitriyatin Nufus, & Mohamad Bastomi. (2024). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Rotan (Studi Kasus: UMKM Teq Production). *MUQADDIMAH: Jurna Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*.

Siti Monalisa, Tengku Nurainun, & Misra Hartati. (2021). Penerapan Algoritma *K-means* dan Metode Marketing Mix Dalam Segmentasi Mahasiswa dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*.

Rahma Dwi Mutia, & Dwi Ulina. (2024). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Parfum Bermerek Lokal HMNS Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*.

Nyoman Sri Subawa, & Putu Shinta Sri Sindari. (2023). Pengaruh Omnichannel Marketing, *Product Assortment* dan *Online Customer Review* Terhadap

- Minat Beli Konsumen Sociolla. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Ramadhan, M. F., & Purnama, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Parfum Merek Lokal HMNS: Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Bogor. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(6), 154–166.
- Zaki, M., Joshia, A., & Permana, E. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Produk Parfum HMNS di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*.
- Jati, V. M., & Nuvriasari, A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Pemediasi (Studi Kasus Pada Produk Skincare MS GLOW). *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Chandra, Y. E. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Online dan Promosi Online terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian pada Chandra Supermarket Bandar Lampung. *JUBIS*.
- Pujiastuti, Y., & Rinwanti, R. (2024). Efek Pemilihan Saluran Distribusi Digital Pada Keputusan Pembelian Produk UMKM Garmen di Kota Semarang. *EconBank: Journal of Economics and Banking*.
- Maulana, M. R., Abdunnur, & Syahrir, M. (2022). Analisis kuartil, desil dan persentil pada ukuran panjang udang loreng (*Mierspenaeopsis sculptilis*) di perairan Muara Ilu Kabupaten Kutai Kartanegara. *Manajemen Sumberdaya Perairan*
- Pratikno, A. S., Prastiwi, A. A., & Ramahwati, S. (2020). *Kuartil, Desil, dan Presentil Serta Cara Menghitungnya dalam Distribusi Frekuensi*. OSF Preprints.
- Riduwan. (2009). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.