

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, B. E., Soesanti, I., & Permanasari, A. E. (2018). Analisis Segmentasi Pelanggan Menggunakan Kombinasi Rfm Model Dan Teknik Clustering. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.21.76>
- Anis Al Fuad Muhammad., Hartini Sri., Herdiyana. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. CAKRAWALA. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan*, 1-18.
- Aryuni, M., Didik Madyatmadja, E., & Miranda, E. (2018). Customer Segmentation in XYZ Bank Using K-Means and K-Medoids Clustering. *Proceedings of 2018 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2018, January*, 412–416. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2018.8528086>
- Cahyati Evy Dwi., Herawatie Dyah., Wuryanto Eto. (2017). Implementasi K-Means Clustering Untuk Pemetaan Pemetaan Desa dan Kelurahan di Kabupaten Bangkalan Berdasarkan Contraceptive Prevalence Rate dan Tingkat Pendidikan. *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya Universitas Airlangga*, 341-348.
- Coki Siada. 2018. Sumber dan Jenis Data. <https://www.kumpulanpengertian.com/2018/11/sumber-dan-jenis-data.html>, diakses tanggal 15 april 2021.
- Dewi Sarthika Purnama. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan 7-Eleven Tahun 2013. *Tugas Akhir Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Hardiani, T., Sulisty, S., & Hartanto, R. (2015). Segmentasi Nasabah Tabungan Menggunakan Model RFM (Recency, Frequency, Monetary) dan K-Means Pada Lembaga Keuangan Mikro. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terapan, May 2017*, 2015.
- Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/pemasaran-menurut-para-ahli/>, diakses tanggal 10 februari 2021.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedua belas. Jakarta: PT. Indeks.

Fabiola Agata, 2021

SEGMENTASI PELANGGAN PADA JASA PERAWATAN DAN PERBAIKAN PESAWAT TERBANG DENGAN ANALISIS RFM MENGGUNAKAN METODE K-MEANS CLUSTERING DAN K-MEDOIDS CLUSTERING

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Mestika Zed. 2008. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Monalisa, S., & Erza, I. (2021). Analisis Loyalitas Agen Biasa dan Agenstok Menggunakan Model RFM (Recency, Frequency, Monetary) dan Algoritma K-Medoids pada BC 4 HPAI Pekanbaru. *Techno.Com*, 20(1), 109–121. <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4219>
- Nugraheni Yohana. (2011). Data Mining Dengan Metode Fuzzy Untuk Customer Relationship Management (CRM) Pada Perusahaan Retail Tahun 2011. *Tugas Akhir Program Studi Teknik Elektro Universitas Udayana*.
- Permatasari Mahdina. (2012). Analisis Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Perusahaan Tahun 2012. *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti*.
- Rezart Fahrrezi. 2012. Segmentasi. <http://fahrezirezart.blogspot.com/2012/10/segmentasi-menurut-kotler-bowen-dan.html>, diakses tanggal 1 maret 2021.
- Riadi Muchlisin. Segmentasi Pasar. <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/segmentasi-pasar-pengertian-tujuan-dasar-tahapan-dan-hambatan.html>, diakses tanggal 1 maret 2021.
- Rohmah, R. L. (2019). Zonasi Daerah Terdampak Bencana Angin Putting Beliung Menggunakan K-Means Clustering Dengan Analisis Silhouette Coefficient, Davies Bouldin Index, dan Purity Tahun 2019. *Tugas Akhir Program Studi Matematika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Savitri, A. D., Bachtiar, F. A., & Setiawan, N. Y. (2018). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Metode K-Means Clustering Berdasarkan Model RFM Pada Klinik Kecantikan (Studi Kasus : Belle Crown Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya*, 2(9), 2957–2966.

- Sugeng. 2011. Pengertian Definisi Pemasaran. <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html>, diakses tanggal 10 februari 2021.
- Suyoto, A. W. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dengan Pendekatan Clustering Berbasis Knowledge Management (KM) Tahun 2018. *Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Wei, J., Lin, S., & Wu, H. (2010). A review of the application of RFM model. *African Journal of Business Management*, 4(19), 4199–4206.
- Yaqin, M. A., Islam, U., Maulana, N., Ibrahim, M., Sya, M., Islam, U., Maulana, N., Ibrahim, M., Bukhori, A. S., Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2019). *Analisis Indeks Pelanggan pada Permainan Hay Day dengan Model RFM dan Analisis Indeks Pelanggan pada Permainan Hay Day dengan Model RFM dan Metode AHP*. February, 0–8.
- Yulinda Hanny. 2021. Pengertian Strategi Pemasaran. <https://blog.malavida.co.id/strategi-pemasaran/>, diakses tanggal 10 april 2021.