

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, B. E. 2018. Analisis Segmentasi Pelanggan Menggunakan Kombinasi RFM Model dan Teknik Clustering. JUTEI, 2 no.1(ISSN 2579-5538). <https://doi.org/10.21460/jutei.2017.21.76>
- Berry, M. A. 2000. Mastering Data Mining: The Art and Science of Customer Relationship Management. Industrial Management & Data Systems, 100(5). <https://doi.org/10.1108/imds.2000.100.5.245.2>
- Chaffey, Dave., & P. R. Smith. 2017. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing.
- Egy Salma Maretra Putri. 2018. Pengembangan Value Proposition dalam Penetapan Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (Studi pada PT. Bali Pasadena Rattan). [Skripsi, Universitas Brawijaya].
- Hasan, A. 2012. The Value Proposition Concept in Marketing: How Customer Perceive the Value Delivered by Firms. International Journal of Marketing Studies, 4: 68 87.
- Ima, B., & Hurriyati, R. 2008. Manajemen Corporate dan strategi pemasaran jasa pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- ISI Emerging Market Group (2023, January 12). Indonesia Retail Sales Growth. CEIC Data. Retrieved January 11, 2024, from <https://www.ceicdata.com/en/indicator/indonesia/retail-sales-growth>
- Kotler, P. dan Keller. 2020. Marketing Management. PT. Indeks Kelompok. Jakarta : Gramedia
- Kotler dan Keller. 2021. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Airlangga.
- Manajemen Pemasaran. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran, MM. Ed. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D. R. 2019. Implementasi Data Mining Untuk Pengaturan Layout Swalayan Delimas Lestari Kencana Dengan Menggunakan Dengan Menggunakan Algoritma K-Means Clustering. JURIKOM, 6 no.2(ISSN 2407389X), 112-117. <http://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php>

- Ma'ruf, I. K. (2013). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Ritel Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Bravo Swalayan Tuban (Publication No. 0610220114) [Tesis, Universitas Brawijaya Malang].
- Madhulatha, T. S. 2012. An Overview On Clustering Methods. *Iosr Journal of Engineering*, 02(04). <https://doi.org/10.9790/3021-0204719725>
- Nabella, R. O. 2022. Analisis Segmentasi Konsumen Menggunakan Metode K-Means Clustering Berdasarkan Model RFM dan Pengetahuan Data Lainnya Sebagai Rekomendasi Strategi Pemasaran [Skripsi, Universitas Lampung].
- Nasikah, Durotun. 2023. Pengaruh Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Dalam Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi* Vol. 3. No. 2
- Neslin, S. A., Grewal, D., Leghorn, R., Shankar, V., Teerling, M. L., Thomas, J. S., et al. 2006. Challenges and opportunities in multichannel customer management. *Journal of Service Research*, 9(2), 95 - 112.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2020. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rizkinaswara, L. (2020, August 5). UMKM Online jadi Solusi Bertahan saat Pandemi Covid-19. KOMINFO. Retrieved January 11, 2024, from <https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>
- Wu, J. 2012. Advances in K-means Clustering: a data mining thinking. In Springer Theses: recognizing outstanding Ph.D. Research.