

## DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang.
- Budiaji, W. (2019). Penerapan Reproducible Research pada RStudio dengan Bahasa R dan Paket Knitr. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 5(1), 1–5.
- Chasanah, T. T., & Widiyono, W. (2017). Penentuan Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Algoritma Clustering K-Means. *Ic-Tech*, 12(1).
- DIANTORO, K. (2016). Analisis Data Mining Untuk Menentukan Daerah Keluarga Sejahtera Di Kecamatan Balong Dengan Metode Algoritma K-MEANS Clustering.
- Gio, P. U., & Effendie, A. R. (2018). Belajar Bahasa Pemrograman R.
- Irwan Budiman, M., Prahasto, I. T., ASc, M., & Yuli Christiyono, S. (2012). Data Clustering menggunakan metodologi Crisp-DM untuk pengenalan pola proporsi pelaksanaan tridharma.
- Menarianti, I. (2015). Klasifikasi data mining dalam menentukan pemberian kredit bagi nasabah koperasi. *Jurnal Ilmiah Teknosains*, 1(1/November).
- MPUTER, J. K. (t.t.). Analisis Data Mahasiswa dengan Algoritma K-mean untuk Mendukung Strategi Promosi STIKES Hang Tuah Pekanbaru.
- Narwati, N. (2012). Pengelompokan Mahasiswa Menggunakan Algoritma K-Means.
- Nengsih, T. A., Mubarak, F., & Sundara, V. Y. (2020). Pemograman R Dasar.
- Nugroho, Y. S. (2014). Data Mining Menggunakan Algoritma Naive Bayes Untuk Klasifikasi Kelulusan Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro. Dian Nuswantoro Fakultas Ilmu Komputer Skripsi.
- Ramadhani, R. D. (2013). Data Mining Menggunakan Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Strategi Promosi Universitas Dian Nuswantoro. *Jurnal*.

- Rizal, M., & Sandiana, L. (2016). Aplikasi Pemasaran Perumahan Berbasis Teknologi Augmented Reality. *Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(2).
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Setiawan, R. (2017). Penerapan Data Mining Menggunakan Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Strategi Promosi Mahasiswa Baru (Studi Kasus: Politeknik Lp3i Jakarta). *Jurnal Lentera ICT*, 3(1), 76–92.
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Suprawoto, T. (2016). Klasifikasi data mahasiswa menggunakan metode k-means untuk menunjang pemilihan strategi pemasaran. *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 1(1).
- Widyawati, W., Saptomo, W. L. Y., & Utami, Y. R. W. (2020). Penerapan Agglomerative Hierarchical Clustering Untuk Segmentasi Pelanggan. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 18(1), 75–87.
- Ridlo, I. A. (2017). Panduan Pembuatan Flowchart. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Departemen Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan.