

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Septiani and S. Wahyuni, "Implementasi Data Mining Dalam Mengelompokkan Tingkat Kepuasan Pemakaian Jasa Cleaning Service Dengan Menggunakan Algoritma K- Means Clustering," vol. 5, no. 4, pp. 340–354, 2024, doi: 10.47065/bit.v5i2.1729.
- [2] I. Mustofa, A. H. Wibowo, K. A. Sekarjati, N. S. Makhulina, and R. Dewangga, "Penerapan Association Rule-Market Basket Analysis (AR-MBA) Dalam Menentukan Strategi Product Bundling: Studi Kasus Pada Minimarket AKPRIND MART," *J. Tek. Ind. Terintegrasi*, vol. 7, no. 1, pp. 379–386, 2024, doi: 10.31004/jutin.v7i1.24873.
- [3] S. Rahayu and J. J. Purnama, "Klasifikasi Konsumsi Energi Industri Baja Menggunakan Teknik Data Mining," *J. Teknoinfo*, vol. 16, no. 2, p. 395, 2022, doi: 10.33365/jti.v16i2.1984.
- [4] A. Nur Khormarudin *et al.*, "Teknik Data Mining: Algoritma K-Means Clustering," *J. Lebesgue J. Ilm. Pendidik. Mat. Mat. dan Stat.*, vol. 1, no. 2, pp. 116–123, 2022, [Online]. Available: <https://djournals.com/klik%0Ahttps://ilmukomputer.org/category/dataminin g/>
- [5] U. Wulandari, N., Farida, I. N., & Mahdiyah, "Penerapan Algoritma K-Means Clustering Untuk Data Obat," *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan Komput.*, vol. 4, no. 1, pp. 308–313, 2022.
- [6] Ihsan Ahmad Fauzi and Raditya Danar Dana, "Implementasi Data Mining Clustering Dalam Mengelompokkan Kasus Perceraian Yang Terjadi Di Provinsi Jawa Barat Menggunakan Algoritma K-Means," *Maeswara J. Ris. Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 4, pp. 58–72, 2023, doi: 10.61132/maeswara.v1i4.64.
- [7] M. T. A. Gultom and R. A. Putri, "Penerapan Metode K-Means Clustering Untuk Seleksi Atlet Taekwondo Porprov," *KLIK Kaji. Ilm. Inform. dan ...*, vol. 4, no. 3, pp. 1539–1550, 2023, doi: 10.30865/klik.v4i3.1462.
- [8] S. Wulandari, "Clustering Kecamatan Di Kota Bandung Berdasarkan Indikator Jumlah Penduduk Dengan Menggunakan Algoritma K-Means," *Semnas Ristek*, pp. 128–132, 2020.
- [9] A. Of, T. K. Clustering, A. For, G. Student, P. In, and M. Learning, "PENERAPAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING UNTUK PENGELOMPOKAN PERFORMA SISWA PADA PEMBELAJARAN," pp. 568–580, 2023.
- [10] Dhea Agustina Akmal, Relita Buaton, and Anton Sihombing, "Klasifikasi Tingkat Minat Belanja Online Melalui Media Sosial pada Masyarakat di Kota Binjai Menggunakan Algoritma K-Means," *Bridg. J. Publ. Sist. Inf. dan Telekomun.*, vol. 2, no. 3, pp. 214–228, 2024, doi: 10.62951/bridge.v2i3.169.
- [11] N. Clara and S. Beni, "Online shop sebagai sarana berbelanja masyarakat masa kini," *J. Ilm. Ekon. Glob. Masa Kini*, vol. 14, no. 1, pp. 15–19, 2023, doi: 10.36982/jiegm.v14i1.2918.
- [12] M. N. Bagdja *et al.*, "PENERAPAN METODE K-MEANS UNTUK MENGLASIFIKASI MINAT," vol. 8, no. 5, pp. 10690–10695, 2024.

- [13] E. S. Sulistiyawati and A. Widayani, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 4, no. 1, p. 133, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v4i1.7087.
- [14] N. Latifah, A. Widayani, and R. A. Normawati, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee," *BISMA J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, p. 82, 2020, doi: 10.19184/bisma.v14i1.13550.
- [15] Regita Patricia Agustina, M. Celvin Febrian Syafei, Sunandie Eko Ginanjar, and Siti Aninditya, "Kepercayaan Kepuasan Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Barang Di Aplikasi Online Shop," *J. Kaji. dan Penal. Ilmu Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 261–272, 2024, doi: 10.59031/jkpim.v2i1.351.
- [16] I. Asmadi, E. Iviq, H. Rahayu, M. T. Herawaty, and A. D. Suhendra, "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Belanja Konsumen Pada Tokopedia Di Kota Tangerang," vol. 13, pp. 1–9, 2024.
- [17] A. J. Yunanta, "PENGARUH PROMOSI, RATING, DAN, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ONLINE SHOP TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA S1 STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya," pp. 1–17, 2024.
- [18] N. I. L. Heni Iswati1, "PENGARUH DISPLAY, PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK PADA TOKO ONLINE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN PELANGGAN," *Физиология Человека*, vol. 47, no. 4, pp. 124–134, 2021, doi: 10.31857/s013116462104007x.
- [19] 4 Titin Sumarni 1Muhammad Sutrisno, 2 Chintia Indah Mentari, 3 Putri Rahmadani, "PENGARUH REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE," vol. 11, no. 1, 2024.
- [20] E. M. Sihalocho, D. P. M. Sitorus, and I. P. Butar-Butar, "Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar," *J. Sains Student Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 380–390, 2023.
- [21] C. D. Islami and S. Santo, "Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop," *Solusi*, vol. 22, no. 2, p. 215, 2024, doi: 10.26623/slsi.v22i2.9027.
- [22] E. Febrianty, H. Pudjoprastyono, and R. R. Ariescy, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone:," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 2, pp. 2870–2881, 2023, doi: 10.47467/alkharaj.v6i2.4227.
- [23] T. Lesmana, "Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online," *J. EBI*, vol. 5, no. 2, pp. 46–56, 2023, doi: 10.52061/ebi.v5i2.175.
- [24] M. N. Baitipur, E. Pujiastuti, and Q. Annisa, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Belanja Online Shop," *J. Account. Int. Mt. Hope*, vol. 2, no. 1, pp. 1–12, 2023.

- [25] P. Ayu, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Barang Online : Literatur Review,” vol. 7, pp. 254–259, 2023, doi: 10.33087/ekonomis.v7i1.1030.
- [26] R. Silawati and S. Siregar, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Fashion pada Shopee di Karawang,” vol. 22, no. 2, pp. 40–47, 2024.
- [27] W. Siregar, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce,” *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 12, no. 6, 2023, doi: 10.33022/ijcs.v12i6.3483.
- [28] M. Yamin Nurzaman and B. Nurina Sari, “Implementasi K-Means Clustering Dalam Pengelompokkan Banyaknya Jumlah Petani Berdasarkan Kecamatan Di Provinsi Jawa Barat,” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 10, no. 3, pp. 131–144, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.mdp.ac.id>
- [29] T. Hartati, R. T. Sohadi, E. Tohidi, and E. Wahyudin, “Penerapan Algoritma Naive Bayes pada Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi Whoosh – Kereta Cepat Di Google Play Store,” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 6, no. 1, pp. 244–249, 2024.
- [30] R. A. A. Yanuar, “Jurnal Teknik Informatika, Vol. 16, No. 2, April 2024,” vol. 16, no. 2, pp. 1–7, 2024, [Online]. Available: <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/informatika/article/view/3533>
- [31] M. A. Firmansyah, “Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Beli Konsumen Di Alfamart (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Febi Uin Mataram,” vol. 4, no. 1, pp. 1–23, 2016.