

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). BRAND ACTIVATION SEBAGAI BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (STUDI KASUS:HEADSTOCK COFFEE DI BALIKPAPAN). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1446–1462. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.354>
- Alfarisi, I., Susanto, J., Chotib, H., Ifan Dolly, F., Handani, D., & Setih Setio Muara Bungo, S. (2021). Hilirisasi Industri Kopi Berorientasi Pasar Cafe kepada Masyarakat Petani Kopi di Dusun Tuo Limbur Kabupaten Bungo. Dalam *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 3, Nomor 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Angelia Fortunata Arisman, & Ulfa Puspa Wanti Widodo. (2024). Capstone Project Data Analytics Untuk Meningkatkan Penjualan Secara Efektif. *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*,1(2), 842–852. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.415>
- Annisa Ekasetya, V., & Jananto, A. (2020). KLUSTERISASI OPTIMAL DENGAN ELBOW METHOD UNTUK PENGELOMPOKAN DATA KECELAKAAN LALU LINTAS DI KOTA SEMARANG. *Dinamika Informatika*, 12(1), 20–28.
- Arifah, S., Swedia, E. R., & Septian, M. R. D. (2023). ANALISIS PERBANDINGAN ALGORITMA CLUSTERING DALAM MELAKUKAN SEGMENTASI WARNA PADA CITRA JAJAN TRADISIONAL. *Sebatik*, 27(1), 70–76.<https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2273>
- Arifianto, F., Hasudungan, J., Muzaky, A., & Achsan, H. T. Y. (2024).Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Recency, Frequency, dan Monetary dengan K-Means Clustering: Studi Kasus Toko Pakaian Almost Famous. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 10(1), 118–131. <https://doi.org/10.37012/jtik.v10i1.2096>
- Ayang, T., & Sugiat, M. (2022). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Trzy Coffee Bogor*.

- Ayu, D., Dewi, I. C., & Pramita, K. (2019). Analisis Perbandingan Metode Elbow dan Silhouette pada Algoritma Clustering K-Medoids dalam Pengelompokan Produksi Kerajinan Bali. Dalam *JURNAL MATRIX* (Vol. 9, Nomor 3).
- Chandra, N., & Fenriana, I. (2023). *Perancangan Aplikasi Segmentasi Pelanggan Menggunakan K-Means Dengan Model RFM*. 5(1), 46–59.
- Chiu, T., Fang, D., Chen, J., Wang, Y., & Jeris, C. (2001, August). A robust and scalable clustering algorithm for mixed type attributes in large database environment. In *Proceedings of the seventh ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining* (pp. 263-268).
- Cristover, R., Toba, H., & Suteja, B. R. (2022). Segmentation and Formation of Customer Regression Model Based on Recency, Frequency and Monetary Analysis. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(2). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i2.5075>
- Dianti, N., & Widati, E. (2020). Evaluasi strategi pemasaran dalam usaha mikro soto mie Bogor. *Jurnal Usaha*, 1(1), 35–51.
- Dio Tivano, Ikhwan Ruslianto, & Dian Prawira. (2023). SISTEM SEGMENTASI PELANGGAN POTENSIAL MENGGUNAKAN METODE K-MEANS DAN ANALISIS RFM. *Jurnal Komputer dan Aplikasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26418/coding.v11i03.53238>
- Djun, S. F., Gunadi, I. G. A., & Sariyasa, S. (2024). Analisis Segmentasi Pelanggan pada Bisnis dengan Menggunakan Metode K-Means Clustering pada Model Data RFM. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(4), 354–364. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i4.434>
- Mudzakkir, B. D. (2018). Pengelompokan Data Penjualan Produk Pada Pt Advanta Seeds Indonesia Menggunakan Metode K-Means. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 2(2), 34-40.
- Ernawati, E., Baharin, S. S. K., & Kasmin, F. (2021). A review of data mining methods in RFM-based customer segmentation. *Journal of Physics: Conference Series*, 1869(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1869/1/012085>.

- Fadhillah, M. F., Lovely, A., Suyoso, A., & Puspitasari, I. (2025). Customer segmentation with clustering algorithm based on recency, frequency, and monetary (RFM) attributes. 5, 48–56.
- Fatimah, D., Yunita, T., & Rizki, Y. (2024). ANALISIS SWOT PADA KOPI
- Febrianti, S., Sukimin, S., & Indriastuty, N. (2024). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SERUNI COFFEE BALIKPAPAN. *MEDIA RISET EKONOMI [MR.EKO]*, 3(1), 33–48. <https://doi.org/10.36277/mreko.v3i1.373>
- Fitri, M. A., Syahni, R., & Hendri, M. (2022). Perbandingan Industri Kopi Indonesia dan Malaysia. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian*, 7(2).
- Ghifari Nanda Pratama Wimardian, M., Muhamad Rafi Ibnu Fajri, S., & Usep Suhud, St. (2024). *ESPRESSO REVOLUTION: INOVASI DAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM INDUSTRI MINUMAN BERBAHAN DASAR KOPI*. www.canva.com
- Hapsari, I. A., Kusnandar, D., & Imro'ah, N. (2020). Metode two step cluster dalam mengelompokkan mahasiswa FMIPA UNTAN. *BIMASTER*, 9(1).
- Hariadi, W. S. F., Martha, S., & Perdana, H. (2025). Klasterisasi kabupaten/kota di Pulau Kalimantan berdasarkan indikator kesejahteraan dengan two-step cluster. *BIMASTER*, 14(1).
- Hermawati, V., & Sulaiman, R. (2021). PENENTUAN SEGMENTASI PELANGGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN FUZZY C-MEANS DAN MODEL FUZZY RFM. *Jurnal Ilmiah Matematika*.
- Hu, C., Wu, C., & Huang, Z. (2024). Research on precision marketing of e-commerce enterprise based on cluster analysis in the big data environment. *Procedia computer science*, 247, 403-411.
- Isra Kesuma, Anggita Kumala Sari, Annisa Salsabilla, Suci Indah Sari, & Ramdani Bayu Putra. (2023). Analisis SWOT Strategi Penjualan Usaha “Kopi Kenangan.” *Maslahah : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 132–139. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v1i3.255>
- KENANGAN. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>

- Lewaaelhamd, I. (2024). Customer segmentation using machine learning model: an application of RFM analysis. *Journal of Data Science and Intelligent Systems*, 2(1), 29-36.
- Madani, A., Rahmah, A., Nurunnisa, F., & Elia, A. (2022). *SENTIMAS: Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Customer Segmentation at BC HNI 2 Pekanbaru by Applying the K-Medoids Algorithm and Recency, Frequency, Monetary (RFM) Model Segmentasi Pelanggan pada BC HNI 2 Pekanbaru dengan Menerapkan Algoritma K-Medoids dan Model Recency, Frequency, Monetary (RFM)*. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas>
- Mantik, J., Hartama, D., & Anjelita, M. (2022). Analysis of Silhouette Coefficient Evaluation with Euclidean Distance in the Clustering Method (Case Study: Number of Public Schools in Indonesia). Dalam *Journal Mantik* (Vol. 6, Nomor 3).
- Maori, N. A. (2023). METODE ELBOW DALAM OPTIMASI JUMLAH CLUSTER PADA K-MEANS CLUSTERING. *Jurnal SIMETRIS*, 14.
- Megersa, H. J. (2020). *History of Coffee*.
- Metisen, B., & Sari, H. (2015). Analisis clustering menggunakan metode K-means dalam pengelompokkan penjualan produk pada Swalayan Fadhila. *Jurnal Media Infotama*, 11(2). <https://doi.org/10.37676/jmi.v11i2.258>
- METODE K-MEANS. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 2, Nomor 2).
- Mongi, C. E. (2015). Penggunaan analisis *two step clustering* untuk data campuran. *Jurnal de Cartesian (JdC)*, 4(1), 9-19.
- Mulyaputri, V. M., & Sanaji. (2021). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP NIAT BELI MEREK KOPI KENANGAN DI KOTA SURABAYA. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Ngelyaratan, D., Soediantono, D., Staf, S., Tni, K., & Laut, A. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. Dalam *Journal of Industrial Engineering & Management Research* (Vol. 3, Nomor 3). <http://www.jiemar.org>

- Nisa, K., & Heikal, J. (2022). STRATEGI SEGMENTASI PELANGGAN MANJA BEAUTY SKINCARE DENGAN MENGGUNAKAN ANALISA RFM MODEL. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 6, Nomor 1).
- Nurlathifa, A., & Sucahyati, D. (2025). Segmentasi Pelanggan menggunakan Metode K-means Clustering Berdasarkan Model RFM pada Bisnis Food and Beverage (Studi Kasus: Coffee shop X). *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 11(3), 218-225.
- Pangestu, P. I., Hermanto, I., & Irmayanti, D. (2023). ANALISIS SEGMENTASI PELANGGAN BERBASIS RECENCY FREQUENCY MONETARY (RFM) MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS. Dalam *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 7, Nomor 3).
- Pisuria, W., & Hardi, E. (2022). Perkembangan Industri Bubuk Kopi Cap Timbangan Gantung Di Kecamatan Kubung Kabupaten Solok (1970-2020). *Jurnal Kronologi*, 4(2), 74-87.
- Popović, N., Savić, A., Bjelobaba, G., Veselinović, R., Stefanović, H., & Ilić, P. M. (2021). The implementation of hierarchical and nonhierarchical clustering for customer segmentation in one luxury goods company. *Proceedings of the 37th IBIMA*.
- Pramagista, A., & Wandebori, H. (2021). Propose Business Strategy for Coffee Shop in Indonesia (XYZ Company). *European Journal of Business and Management Research*, 6(1), 90–96.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.1.687>
- Prasiska, E. E., Hummada, D. A., Basyari, A., & Aman, A. (2023). Jejak peninggalan industri kolonial Suikerfabriek Poendoen 1875-1943. *AGASTYA: JURNAL SEJARAH DAN PEMBELAJARANNYA*, 13(2), 209.
<https://doi.org/10.25273/ajsp.v13i2.15022>
- Pratama, I. W. P. (2023). Standarisasi Z-score sebagai pendekatan alternatif dalam evaluasi prestasi akademik mahasiswa. *Jurnal Penelitian Terapan Mahasiswa*, 1(2), 77–85.
- Primadeni, F., Ichsan Pradana, A., & Purwanto, E. (2024). Analisis Clustering Untuk Segmentasi Wilayah Berdasarkan Karakteristik PBB di Kabupaten

- Sragen. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 4(11), 405–417.
<https://doi.org/10.52436/1.jpti.500>
- Rachmawati Arsyady, I., & Karnita Soleha, L. (2024). ANALISA STUDI KELAYAKAN BISNIS YORIGO KOHI COFFEESHOP, BANDUNG. Dalam *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan* (Vol. 10, Nomor 2).
- Rahmadeni, R., & Heikal, J. (2024). Customer Loyalty Segmentation with RFM Model at PCP Cafe. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(6), 1966–1972.
<https://doi.org/10.47233/jebs.v4i6.2450>
- Rahmawati, T., Wilandari, Y., & Kartikasari, P. (2024). *Analisis Perbandingan Silhouette Coefficient dan Metode Elbow*. *Jurnal Gaussian*.
- Rosdawati Br Tarigan, E., Kamilia Fauzi, F., Alva Ricy, M., Setia Wandhira, E., & Ayu Nofirda, F. (2023). Digital Marketing in Food Industry Digital Marketing, Brand Image and Customer Loyalty at Kopi Kenangan in Pekanbaru. Dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 11, Nomor 3).
www.topbrand-award.com
- Ruiz, M. J. S., Samper, M. A. G., Forero, M. P., Lara, P. C., Morales, C. B., & Carpio, D. S. (2025). Customer segmentation analysis with big data in health services companies in Colombia: case study. *Procedia Computer Science*, 257, 1134-1139.
- Santoso, G. G., & Christian, M. (2021). MENGUKUR DETERMINAN KINERJA USAHA KEDAI KOPI DI PANTAI INDAH KAPUK (PIK) JAKARTA DI MASA AWAL PANDEMI COVID-19 *. Dalam *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Nomor 2). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Satriawan, M. A., Andreswari, R., & Pratiwi, O. N. (2021). Segmentasi Pelanggan Telkomsel Menggunakan Metode Clustering Dengan Rfm Model Dan Algoritma K-Means Telkomsel. *Proceeding of Engineering*, 8(2), 2876-2883.
- Sembe, A., Mokodompit, M., & Parastri, DH (2021). Analisis skor Z dalam mengukur kinerja keuangan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI selama pandemi Covid-19. *ACE: Jurnal Penelitian Akuntansi*, 1 (2), 137-150.

- Setiyawati, N., & Bangkalang, D. H. (2020). Penerapan metode two-step cluster dalam analisis menu engineering. *JTIK*, 7(2), 359–366.
- Setyaningrum, K. D., et al. (2020). Analisis Z-score dalam mengukur kinerja keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 3(2), 74–87.
- Sopyan, Y., Lesmana, A. D., & Juliane, C. (2022). Analisis Algoritma K-Means dan Davies Bouldin Index dalam Mencari Cluster Terbaik Kasus Perceraian di Kabupaten Kuningan. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(3). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i3.2697>
- Sudarwati, Y., & Izzaty. (2022). *MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (Customer Relationship Management for Micro, Small, and Medium Enterprises)* (Vol. 13, Nomor 1).
- Sukimin, S., Nurlia, N., & Sriwulan, D. (2024). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CAFE TOO EZ FOR COFFEE BALIKPAPAN. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1.2024), 441–450. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.507>
- Sulistyo, G. B., Hasan, N., Kiswati, S., & Muningsih, E. (2025). Segmentasi pelanggan dan optimalisasi penjualan pada data retail online berbasis model RFM. *CONTEN: Computer and Network Technology*, 5(1), 16-22.
- Umagapi, I. T., & Umaternate, B. (2021). *Uji Kinerja K-Means Clustering Menggunakan Davies-Bouldin Index Pada Pengelompokan Data Prestasi Siswa*.
- Utama, A. A., & Ardiansah, I. (2023). ANALISIS SEGMENTASI MENGGUNAKAN METODE RFM DALAM MENGIDENTIFIKASI PERILAKU PELANGGAN. *SemanTIK : Teknik Informasi*, 9(2), 107. <https://doi.org/10.55679/semantik.v9i2.44945>
- Wardani, R. W., Darma Setiawan, B., & Dewi, C. (2019). *Perbandingan Kualitas Hasil Klaster Algoritme K-Means dan Isodata pada Data Komposisi Bahan Makanan* (Vol. 3, Nomor 7). <http://j-ptiik.ub.ac.id>