

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar, V., Leone, R. dan Day, G.S. (2012) *Marketing Research*. Wiley. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=IPssygEACAAJ>.
- Alviana, S. dan Kurniawan, B. (2019) “Analisis Data Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk Meningkatkan Potensi Pemasaran Universitas Menggunakan Business Intelligence (Studi Kasus Universitas XYZ),” *Infotronik: Jurnal Teknologi Informasi dan Elektronika*, 4(1), hal. 10–15. doi: 10.32897/infotronik.2019.4.1.2.
- Amborowati, A. dan Suyanto, M. (2015) “Studi Dukungan Marketing Intelligence pada Strategi Pemasaran,” *Seminar Nasional Informatika 2015*.
- Dewi, M. V. K. dan Darma, G. S. (2019) “The Role of Marketing & COmpatitive Intelligence In Industrial Revolution 4.0,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Dhuhita, W. (2015) “CLUSTERING MENGGUNAKAN METODE K-MEAN UNTUK MENENTUKAN STATUS GIZI BALITA,” *Jurnal Informatika Darmajaya*, 15(2), hal. 160–174.
- Dinata, R.K., Safwandi, S., Hasdyna, N. dan Azizah, N. (2020) “Analisis K-Means Clustering pada Data Sepeda Motor,” *INFORMAL: Informatics Journal*, 5(1), hal. 10. doi: 10.19184/isj.v5i1.17071.
- Geria, A. A. G. A. (2018) “Social media as promotion trend for increasing tourist visit towards digital era,” *International Journal of Social Sciences and Humanities*. doi: 10.29332/ijssh.v2n3.204.
- Guoxiang, L. dan Zhiheng, Q. (2013) “Data mining applications in marketing strategy,” in *Proceedings of the 2013 3rd International Conference on Intelligent System Design and Engineering Applications, ISDEA 2013*, hal. 518–520. doi: 10.1109/ISDEA.2012.126.
- Han, J., Pei, J. dan Kamber, M. (2011) *Data Mining: Concepts and Techniques*. Elsevier Science (The Morgan Kaufmann Series in Data Management Systems). Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=pQws07tdpjoC>.
- Henderi, H., Handayani, I. dan Dewi, M. A. (2012) “BUSINESS

- INTELLIGENCE DEVELOPMENT MODEL USING STAR SCHEMA METHODOLOGY,” *CCIT Journal*, 5(3), hal. 233–250. doi: 10.33050/ccit.v5i3.154.
- Kurniawati, I., Indrajit, R. E. dan Fauzi, M. (2017) “Peran Bussines Intelligence dalam Menentukan Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru,” *Ikraith Informatika*, 1(2), hal. 70–79.
- Laudon, K. C. dan Laudon, J. P. (2011) *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Prentice Hall PTR. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=4T9EYgEACAAJ>.
- Mishra, R. dan Saini, A. K. (2016) “Business intelligence and analytics: Paving way for operational excellence in indian banks,” in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. doi: 10.21013/jmss.v3.n1.p14.
- Purnamaningsih, C., Saptono, R. dan Aziz, A. (2016) “Pemanfaatan Metode K-Means Clustering dalam Penentuan Penjurusan Siswa SMA,” *Jurnal Teknologi & Informasi ITSmart*, 3(1), hal. 27. doi: 10.20961/its.v3i1.644.
- Rahman, M.Fadly., Alamsah, D., Darmawidjadja, M.Ilham. dan Nurma, I. (2017) “Klasifikasi Untuk Diagnosa Diabetes Menggunakan Metode Bayesian Regularization Neural Network (RBNN),” *Jurnal Informatika*, 11(1), hal. 36. doi: 10.26555/jifo.v11i1.a5452.
- Rarasati, D. B. (2020) “A Grouping of Song-Lyric Themes Using K-Means Clustering,” *JISA(Jurnal Informatika dan Sains)*, 3(2). doi: 10.31326/jisa.v3i2.658.
- Sutrisno, B.T. dan Andriyani, W. (2020). PENERAPAN MADM DENGAN METODE SAW UNTUK MENENTUKAN TARGET PROMOSI BERDASARKAN ASAL JURUSAN DI SEKOLAH. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer* 11(2). doi: 10.24176/simet.v11i2.4784
- Suprawoto, T. (2016) “KLASIFIKASI DATA MAHASISWA MENGGUNAKAN METODE K-MEANS UNTUK MENUNJANG PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN,” *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 1(1). doi: 10.26798/jiko.2016.v1i1.9.

- Syahputra, S., Ramadani, S. dan Pardede, A. M. H. (2020) “MENENTUKAN STRATEGI PROMOSI MENGGUNAKAN ALGORITMA CLUSTERING K-MEANS,” *JOISIE (Journal Of Information Systems And Informatics Engineering)*, 4(1), hal. 7. doi: 10.35145/joisie.v4i1.510.
- Turban, E., Aronson, J. E. dan Liang, T. P. (2005) *Decision Support Systems and Intelligent Systems*. Prentice Hall. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=m0R5QgAACAAJ>.
- Yulianton, H. (2008) “Data Mining untuk Dunia Bisnis Keputusan Informasi,” *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. doi: <https://doi.org/10.35315/dinamik.v13i1.65>