

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Y. Musyawarah and D. Idayanti, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju,” *Forecast. J. Ilm. Ilmu Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2022.
- [2] R. S. Hamid *et al.*, *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=ngDGEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- [3] S. Safira, “Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Survey Pada Pelanggan Shopee Jakarta Timur),” pp. 1–10, 2021.
- [4] M. . Dr. H. Mashur Razak, SE, *Perilaku Konsumen*.
- [5] Y. Pratama, D. Kusnandar, and S. Martha, “Penentuan Pola Pembelian Produk Menggunakan Metode Algoritma Apriori pada Toko B-Mart,” vol. 10, no. 4, pp. 447–454, 2021.
- [6] A. Wijaya and L. Kinder, “Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas,” *J. Manaj.*, vol. 17, no. 1, pp. 28–38, 2020, doi: 10.25170/jm.v17i1.866.
- [7] Anggada Maulana, “Konsep Dasar Data Mining,” *Konsep Data Min.*, vol. 1, pp. 1–16, 2018.
- [8] Y. Dianti and C. SN, “Manajemen Pemasaran,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., no. 2002, pp. 5–24, 2023, [Online]. Available: [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- [9] M. K. Gede Aditra Pradnyana, S.Kom., M. S. Dr. Ketut Agustini, S.Si., B. Robert, and E. B. Brown, *Data Mining Algoritma dan Implementasi*, no. 1. 2004.
- [10] E. Haerani and C. Juliane, “Finding Customer Patterns Using FP-Growth Algorithm for Product Design Layout Decision Support,” *Sistemasi*, vol. 11, no. 2, p. 402, 2022, doi: 10.32520/stmsi.v11i2.1762.
- [11] A. Abdullah, “Rekomendasi Paket Produk Guna Meningkatkan Penjualan Dengan Metode FP-Growth,” *Khazanah Inform. J. Ilmu Komput. dan*

- Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 21–26, 2018, doi: 10.23917/khif.v4i1.5794.
- [12] A. Afisyah, H. Winata, and Y. H. Syahputra, “Implementasi Data Mining Dengan Metode Fp-Growth Untuk Strategi Promosi Pada Toko Cool Kids Plaza Medan Fair,” *J. Cyber Tech*, 2021, [Online]. Available: <http://ojs.trigunadharma.ac.id/index.php/jct/article/view/4055%0Ahttps://ojs.trigunadharma.ac.id/index.php/jct/article/download/4055/1744>
- [13] N. Wulandari, M. Informatika, and T. Informatika, “Market Basket Analysis Dalam Penentuan Paket Produk,” no. april, pp. 57–63, 2022.
- [14] S. Aryanti, D. Mahdiana, and A. Setiadi, “Penerapan Metode K-Means Dan Apriori Untuk Pemilihan Produk Bundling,” *J. CERITA*, vol. 8, no. 1, pp. 1–12, 2022, doi: 10.33050/cerita.v8i1.2126.
- [15] A. Junaidi, “Implementasi Algoritma Apriori dan FP-Growth Untuk Menentukan Persediaan Barang,” *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 8, no. 1, pp. 61–67, 2019, doi: 10.32736/sisfokom.v8i1.604.
- [16] Z. U. Rizqi, “Implementasi Association Rule-Market Basket Analysis dalam Menentukan Strategi Product Bundling pada Usaha Ritel,” *Performa Media Ilm. Tek. Ind.*, vol. 21, no. 2, p. 113, 2022, doi: 10.20961/performa.21.2.30156.
- [17] W. Choiriah, “Analisis Penjualan E-Tiket Menggunakan Algoritma Apriori Pada Cv. Gutu Mulia Wisata,” *Zo. J. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 21–27, 2019, doi: 10.31849/zn.v1i1.2382.
- [18] M. A. Setiawan and I. S. Maghfirah, “DECODE : Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi,” *Decod. J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–42, 2021.
- [19] M. F. Buananda and M. Ariyanti, “Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen Di Jakarta,” *J. eProceedings Manag.*, vol. 5, no. 3, pp. 3259–3265, 2018.
- [20] S. Sandi, “Display Produk, Diskon Harga Dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying,” *J. Ekon.*, no. 2004, pp. 6–25, 2020, [Online]. Available: <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4118>
- [21] D. A. Harahap, “Product Bundling : Momentum Meningkatkan Penjualan

- Saat Pandemi,” *J. Sist. Inf. Akunt.*, p. 1, 2021, [Online]. Available: <https://harianpelita.co/2021/06/20/product-bundling-momentum-meningkatkan-penjualan-saat-pandemi/>
- [22] J. Junardi, “Sistem Pemasaran Dan Potongan Harga (Discount) Produk Pakaian di Matahari Departement Store Brylian Plaza Kendari Terhadap Minat Pembelian(Studi Analisis Dari Perspektif Ekonomi Syariah),” *Inf. Syst. Educ. Prof.*, pp. 29–93, 2017.
- [23] E. A. Wibowo, “Strategi Bundling Pricing Produk Flexi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Telkom Kancatel Ngawi,” pp. 1–23, 2016.
- [24] M. . Dr. H. Mashur Razak, SE, *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak*. Samata - Gowa: Alauddin University Press, 2016.
- [25] Susanti, S. Martha, and E. Sulistianingsih, “K-Nearest Neighbor Dalam Imputasi Missing Data,” *Bul. Ilm. Math. Stat. dan Ter.*, vol. 07, no. 1, pp. 9–14, 2018, [Online]. Available: <http://archive.ics.uci.edu/ml/datas/Iris>.
- [26] R. Purba, “Data Mining : Masa Lalu, Sekarang, dan Masa Mendatang,” *J. SIFO Mikroskil*, vol. 13, no. 1, pp. 31–41, 2012, doi: 10.55601/jsm.v13i1.44.
- [27] “Konsep Data Mining,” p. 9.
- [28] S. Salsabila, “Materi Modul Online Data Mining”.
- [29] Y. Hendra, P. Sakinah, and M. Thoriq, “Evaluasi Kinerja Algoritma Apriori Dalam Pengelompokan Data Transaksi Penjualan Untuk Analisis Pola Pembelian,” vol. 3, pp. 220–228, 2023.
- [30] A. Kurniawan, “Rancang Bangun Aplikasi Market Basket Analysis Dengan Menggunakan Algoritma FP-Growth (Studi Kasus: D’Store Gaming),” *Skripsi*, 2017.
- [31] U. A. Nursyani, “Penerapan Data Mining Menggunakan Algoritma Fp – Growth Untuk Menentukan Pola Pembelian Produk Makanan - Repository UIN Sumatera Utara,” p. 7, 2020, [Online]. Available: <http://repository.uinsu.ac.id/13869/>

- [32] N. M. Rama, R. Antonius, and B. Susanto, "Implementasi Algoritma FP-GROWTH untuk Sistem Rekomendasi Buku di Perpustakaan UKDW," vol. 10, no. 1, 2014.
- [33] Y. D. Lestari, "Penerapan Data Mining Menggunakan Algoritma FP-Tree Dan FP-Growth Pada Data Transaksi Penjualan Obat Yuyun Dwi Lestari Program Studi Teknik Informatika , Sekolah Tinggi Teknik Harapan Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SNASTIKOM 2015)," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun. (SNASTIKOM 2015) ISBN 976-602-19837-9-9*, no. Snastikom, pp. 60–65, 2015.
- [34] R. Monita, "Dynamic Pricing: Definisi dan Jenis-Jenis yang Umum Diterapkan Perusahaan," 2023, [Online]. Available: <https://www.marketeers.com/dynamic-pricing-definisi-dan-jenis-jenis-yang-umum-diterapkan-perusahaan/>
- [35] C. Maglaras and J. Meissner, "Dynamic pricing strategies for multiproduct revenue management problems," *Manuf. Serv. Oper. Manag.*, vol. 8, no. 2, pp. 136–148, 2006, doi: 10.1287/msom.1060.0105.
- [36] E. D. Kartiningrum, "Panduan Penyusunan Studi Literatur," *Lemb. Penelit. dan Pengabd. Masy. Politek. Kesehat. Majapahit, Mojokerto*, pp. 1–9, 2015.
- [37] M. Mahanum, "Tinjauan Kepustakaan," *ALACRITY J. Educ.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–12, 2021, doi: 10.52121/alacrity.v1i2.20.
- [38] U. Aryanto, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi pada CV. Sarana Graha dengan Metode Model Driven Development (MDD)," *Metod. Penelit.*, pp. 32–41, 2018.
- [39] Inas Ummaimah Junaidi and Dede Brahma Arianto, "Analisis Pola Perilaku Konsumen Pada Supermarket Dataset," p. 13, 2022.
- [40] A. Rusdiansyah, R. Dwi A. P., and N. Puspitasari, "Model Dynamic Pricing untuk Penetapan Harga Tiket Pesawat Terbang Berbasis Waktu dan Persediaan Kursi dengan Mempertimbangkan Keputusan Kompetitor," *J. Tek. Ind.*, vol. 15, no. 1, 2013, doi: 10.9744/jti.15.1.45-56.
- [41] M. Radhi, A. Amalia, D. R. H. Sitompul, S. H. Sinurat, and E. Indra,

- “Analisis Big Data Dengan Metode Exploratory Data Analysis (Eda) Dan Metode Visualisasi Menggunakan Jupyter Notebook,” *J. Sist. Inf. dan Ilmu Komput. Prima (JUSIKOM PRIMA)*, vol. 4, no. 2, pp. 23–27, 2022, doi: 10.34012/jurnalsisteminformasidanilmukomputer.v4i2.2475.
- [42] M. S. Irwanto, F. A. Bachtar, and N. Yudistira, “Klasifikasi Aktivitas Manusia Menggunakan Algoritme Computed Input Weight Extreme Learning Machine dengan Reduksi Dimensi Principal Component Analysis,” *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 9, no. 6, pp. 1195–1202, 2022, doi: 10.25126/jtiik.2022965504.