DAFTAR PUSTAKA

[1] Anonim. 2015. *Calon-calon Investor Baru Pada Industri Semen*. Diambil dari: http://www.asi.or.id/berita-106-caloncalon-investor-baru-pada-industri-semen.html. (10 Januari 2017).

[2] Anonim. 2015. *Perkembangan Industri Semen di Indonesia Tahun 2012-2016*. Diambil dari : http://www.asi.or.id/berita-116-perkembanganindustrisemendiindonesiatahun2012%E2%80%932016.html. (10 Januari 2017).

[3] Anonim. 2014. *Kebutuhan Semen Secara Nasional 2014, Pangsa Pasar dan Pembangunan Pabrik Semen di Indonesia*. Diambil dari : https://ngsuyasa.wordpress.com/2014/03/07/kebutuhan-semen-secara-nasional-2014-pangsa-pasar-dan-pembangunan-pabrik-semen-di-indonesia/. (10 Januari 2017).

[4] Wiharto, A. 2015. *PT Semen Indonesia dalam Kepungan Pabrikan Semen Baru.* Diambil dari: http://www.bumn.go.id/semenindonesia/berita/1541/PT.Semen.Indonesia.dalam.Kepungan.Pabrikan.Semen.Baru. (10 Januari 2017).

[5] Ramadhani, Rima Dias. (2013). *Data Mining Menggunakan Algoritma K-Means Clustering untuk Menentukan Strategi Promosi Universitas Dian Nuswantoro.*

[6] Putri, Citra Lestari N., Shaufiah, dan Kurniati, A. P. (2010). *Implementasi Klasterisasi Menggunakan Algoritma K-Harmonic Means (Studi Kasus Data Pelanggan)*. Bandung : Universitas Telkom.

[7] Santosa, Budi. (2007). *Data Mining* Terapan. Yogyakarta : Graha Ilmu.

[8] Tan, Pang-Ning,; Steinbach,Michael; Kumar ,Vipin. *Data Mining Cluster Analysis: Basic Concepts and Algorithms.* www-users.cs.umn.edu/ ~**kumar** /dmbook/-16k.

[9] Solomon, M. R. dan Elnora W. S. (2003). *Marketing: Real People, Real Choices 3rd Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

[10] McCarthy, Perreault, Cannon (2009). *Basic Marketing: a marketing strategy planning approach 17th Edition*, New York : Mc Graw Hill

[11] Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jakarta* : Erlangga.

[12] Simanjuntak, U. K. (2012). *Analisis Segmentasi Pengguna Mobile Internet Melalui Handphone : Studi Kasus Wilayah Jabodetabek.* Salemba : Universitas Indonesia.

[13] Baines, P., Fill, C. dan Page, K (2008). *Marketing*. United Kingdom: Oxford

[14] Mullins, J, W. dan Walker, O. C. (2010). *Marketing Management: a strategic decision-making approach.* Newyork: McGraw-Hill.

[15] Kasali, Rhenald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

[16] Kertajaya, Hermawan. (2006). *Seri 9 Elemen Marketing Hermawan Kertajaya on Segmentation*. Jakarta: MarkPlus & Co.

[17] Andi. (2009). *Data Mining dan Web Mining*. http://andyku.wordpress.com/2008/04/17/data-mining-dan-web-mining/.

[18] Permatadevi, M. (2013). *Karakteristik Pelanggan Telepon Kabel Menggunakan Clustering SOM dan K-Means untuk Mengurangi Kesalahan Klasifikasi Pelanggan Perusahaan Telekomunikasi (Studi Kasus : PT Telkom Mojokerto).* Surabaya : Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

[19] Nugroho, A. Cahyo Ridho. (2012). *Pengelompokan Posisi Pemain Sepakbola dengan Metode K-Means Clustering.* Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.

[20] X. Wu and V. Kumar, eds.,. (2009). *The Top Ten Algorithms in Data Mining. Chapman and Hall*.

[21] Anonim. 2016. *Indonesia Kembali Jadi Incaran Produsen Semen Asing*.. Diambil dari : http://bogornews.com/berita-meski-banyak-pemain-baru-di-industri-semen-holcim-indonesia-tetap-optimis.html. (20 Januari 2017).