

DAFTAR PUSTAKA

- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons.
- Elg, M., Gremyr, I., Halldórsson, Á., & Wallo, A. (2020). Service action research: review and guidelines. *Journal of Services Marketing*, 34(1), 87–99. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2018-0350>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2009). Action Research : Desain Penelitian Integratif Untuk Mengatasi Permasalahan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(8), 177–188.
- Hasrul, A. F., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1).
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Katadata. (2023). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Meredith, G. (2014). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. pdf.
- Mubarok, A. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Bakalan Kabupaten Kediri. *Jurnal Bina Desa*, 3(2), 102–108. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa/article/view/31806>
- Ollila, S., & Yström, A. (2020). Action research for innovation management: three benefits, three challenges, and three spaces. *R and D Management*, 50(3), 396–411. <https://doi.org/10.1111/radm.12407>
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2017). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Putri, V. K. M. (2022). *Kelebihan dan Kekurangan Personal Selling dalam Komunikasi Pemasaran*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/21/090000669/kelebihan-dan-kekurangan-personal-selling-dalam-komunikasi-pemasaran>
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory

Action Research (Par). *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>

Respati, A. R. (2023). *Pengunjung E-commerce Menyusut, gara-gara Konsumen Tahan Belanja atau Efek Inflasi?* Kompas. <https://money.kompas.com/read/2023/03/31/070000126/pengunjung-e-commerce-menyusut-gara-gara-konsumen-tahan-belanja-atau-efek?page=all>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed method)* (2nd ed.). Alfabeta.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Sutadi, H. (2023). *Transaksi Belanja Online hingga E-wallet Meningkat 2023*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/transaksi-belanja-online-hingga-e-wallet-diproyeksi-meningkat-saat-lebaran-2023-20GGW6b94MN/full>

Tokopedia. (2022). *8 Lampu LED Paling Terang namun Tetap Hemat Listrik*. Tokopedia. https://www.tokopedia.com/blog/top-merk-lampu-led-terbaik/?utm_source=google&utm_medium=organic

Triyawan, A. (2019). Optimalisasi Strategi Pengembangan Usaha Unit-Unit Usaha Di Pesantren Gontor Putri Kampus 2. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 219–220.

Yin, R. (2015). *Studi Kasus: Desain & Metode*. PT Raja Grafindo Persada.

Zakiah, A., Ekawijana, A., & Laksana, E. A. (2019). Implementasi Metode Action Research untuk Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui E-Commerce. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(1). <https://doi.org/10.33299/jpkop.23.1.1727>