

DAFTAR PUSTAKA

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku Umkm Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/Diklus.V5i1.37122>
- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/Jipis.V31i2.3286>
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022).
- Peran E - Bisnis Dalam Pengembangan Umkm. *Jurnal Economina*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.55681/Economina.V1i2.73>
- Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk Umkm Di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/Dinamisia.V6i1.8397>
- Nurhayati, E. C. (2018). Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo. *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 1–16. <https://doi.org/10.32699/Paramurobi.V1i2.522>
- Zia, H. (2020). Pengaturan Pengembangan Umkm Di Indonesia. *Rio Law Jurnal*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/Rlj.V1i1.328>
- Setiawan, I., & Harmon, H. (2017). Bisnis Olah Raga: Peran Bauran Pemasaran Pada Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.35697/Jrbi.V3i1.542>
- Iyakrus, I. (2019). Pendidikan Jasmani, Olahraga Dan Prestasi. *Altius : Jurnal Ilmu Olahraga Dan Kesehatan*, 7(2). <https://doi.org/10.36706/Altius.V7i2.8110stkip> Modern Ngawi, Purnama,
- L., Setyawan, F. H., & Stkip Modern Ngawi. (2019). Manajemen Pengelolaan Fasilitas Olahraga Milik Pemerintah Kabupaten Ngawi Tahun 2018. *Jurnal Pendidikan Modern*, 5(1), 32–41.

<https://doi.org/10.37471/jpm.v5i1.65>

Susanto, N., Pranoto, N. W., Iragraha, S. M. F., & Anam, K. (2022). *Analisis Manajemen Fasilitas Olahraga Di Sumatera Barat*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6783739>

Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact: Implementation And Action*, 2(2), 39 <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

Setiawan, I., & Harmon, H. (2017). Bisnis Olah Raga: Peran Bauran Pemasaran Pada Keberhasilan Usaha. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 13.

<https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.542>

Srihadiastuti, R., & Hidayatullah, D. S. (2018). Analisis Penyebab Kegagalan Mendirikan Usaha Baru Pada Para Lulusan Program Wirausaha Baru Jawa Barat Kelas Ide Bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.26740/jepk.v6n1.p31-44>

<https://doi.org/10.26740/jepk.v6n1.p31-44>

Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta.

Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 14(1), 15.
<https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>

Muhammad Farras Nasrida, Ausi Pandahang, & Dicky Febrian. (2023). Perkembangan Umkm Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya. *Jumbiwira : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 45–49. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.548>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123.

- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224.
- Chambers, R. (2014). *Rural development: Putting the last first*. Routledge.
- Green, B. C. (2005). Building sport programs to optimize athlete recruitment, retention, and transition: Toward a normative theory of sport development. *Journal of Sport Management*, 19(3), 233–253.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Penchansky, R., & Thomas, J. W. (1981). The concept of access: definition and relationship to consumer satisfaction. *Medical Care*, 19(2), 127–140.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
<https://books.google.co.id/books?id=rd2ibodep7UC>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition*. Free Press.
<https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOwEC>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>