

REFERENCES

Anjum, S. (2020). Dampak program magang terhadap pengembangan profesional dan pribadi mahasiswa bisnis: Sebuah studi kasus dari Pakistan. *Jurnal Bisnis Futuristik*, 6(2).<https://doi.org/10.1186/s43093-019-0007-3>

American Marketing Association (AMA) dikutip oleh Kotler dan Keller diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.

Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D.w. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(2), 344-358.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.

Bose, P., Banerjee, R., & Saha, S. (2023, 5 Juni). Pembelajaran yang efektif selama magang industri menciptakan jalur menuju karir perusahaan yang lebih baik bagi siswa kursus profesional sebuah studi tentang pembelajaran magang yang berkontribusi terhadap peningkatan sumber daya manusia dalam konteks India. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1-10.<https://doi.org/https://doi.org/10.35896/jse.v5i1.466>

Danang Sunyoto. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.

Harapan, Edi & Syarwani Ahmad. (2014). *Komunikasi Antarpribadi Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Limartha, M, & Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh Brand Equity Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta Pada Produk Wardah. *Prologia*, 2(2), 426-433.

Nurjannah. Ikke. (2019). Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Keterampilan Berkomunikasi Siswa Kelas X MAN Kisaran. Medan: UIN Sumatera Utara, Vol 1. No 2.

