

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmala, N. (2017). Konstruksi Citra Feminisme Beyonce Dalam Lirik Lagu If I Were A Boy, Run The World, Flawless. *Komunikator*, 9(2), 81-94.
- Amriarriza, M. 2009. Perilaku Konsumtif; Sebuah Renungan Budaya. [Online] Tersedia: [http://www.citizennews.suaramerdeka.com/?option=com\\_content&task=view&id=855](http://www.citizennews.suaramerdeka.com/?option=com_content&task=view&id=855) (diakses pada 2 Januari 2023)
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172-180.
- Aprilita, D. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun@ mostbeautyindo,@ Bidadarisurga, dan@ papuan\_girl). *Paradigma*, 4(3).
- Athrbeauty.com. FAIR TRADE: WHAT IT IS & WHY IT MATTERS. Diakses pada 30 Desember 2022, dari <https://athrbeauty.com/blogs/goodvibesbeauty/fair-trade-beauty>
- Bankaus.com.au. (2022, 1 Maret). March is B Corp Month: Celebrating businesses creating change. Diakses pada 20 Desember 2022, dari <https://bankaust.com.au/blog/march-is-b-corp-month-celebrating-businesses-creating-change>
- BBC.com. (2022, 28 Juni). Apakah produk 'alami' selalu lebih baik dari yang sintetis? Diakses pada 18 Januari 2023, dari <https://www.bbc.com/indonesia/vert-fut-61905686>
- BBC.com. (2015, 3 Desember). 100 Women 2015: Apakah riasan merupakan masalah feminisme? Diakses pada 3 Januari 2023, dari [https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/12/151202\\_majalah\\_riasan\\_wanita](https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/12/151202_majalah_riasan_wanita)
- Bcorporation.com.au. We need an inclusive, equitable, and regenerative economic system.. Diakses pada 20 Desember 2022, dari <https://bcorporation.com.au/>
- Blumenauer, E., and Locke, P. (2015, December). Humane Cosmetics, Changing the Status Quo. *AV Magazine: Cruelty-free cosmetics - the face of the future*, 3-7. Retrieved from [https://issuu.com/aavs/docs/aavs\\_avmagazine\\_2016\\_cruelty-free](https://issuu.com/aavs/docs/aavs_avmagazine_2016_cruelty-free)
- Brooks, A. 1997. Brooks, Ann, 1997. Postfeminism: Feminism, Cultural Theory and Cultural Forms. London dan New York: Routledge
- Brooks, Ann. 2009. Posfeminisme & Cultural Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif . Yogyakarta : Jalasutra.
- Carrier, J. G. (2007). Ethical Consumption. *Anthropology Today*, 23(4), 1-2. <http://www.jstor.org/stable/4620369>

- Carrier, J. G. (2010). Protecting the Environment the Natural Way: Ethical Consumption and Commodity Fetishism. , 42(3), 672–689. doi:10.1111/j.1467-8330.2010.00768.x
- Carrier, J. G., & Luetchford, P. G. (Eds.). (2012). Ethical consumption: Social value and economic practice. Berghahn Books.
- Chairunnisa, S. S., Fahmi, I., & Jahroh, S. (2019). How important is green marketing mix for consumer? lesson from The Body Shop. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 321-337.
- Christensen, L. T., & Cheney, G. (2005, July). Integrated organizational identities: Challenging the “bodily” pursuit. In *4th Critical Management Studies conference, July, University of Cambridge*.
- Chun, K.H., Hong, Y.G., Yoon, Y.A. & Song, I.S. (2010) Good Consumption and Ethical Consumption. Sigma Press, Seoul
- Cnnindonesia.com. (2022, 29 Maret). Hati-hati, Ada Bahan Kimia Berbahaya dalam Bungkus Makanan Cepat Saji. Diakses pada 2 Januari 2023, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220329122903-255-777401/hati-hati-ada-bahan-kimia-berbahaya-dalam-bungkus-makanan-cepat-saji>
- Crane, A. & Matten D. (2004) Business Ethics, Oxford University Press, Oxford, NY
- Cunningham, Michael R. (1986). *Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty.. Journal of Personality and Social Psychology*, 50(5), 925–935. doi:10.1037/0022-3514.50.5.925
- De Pelsmacker, P., Janssens, W., & Mielants, C. (2005). Consumer values and fair-trade beliefs, attitudes and buying behaviour. *International Review on Public and Non Profit Marketing*, 2(2), 50-69.
- Diani, H. (2020, 2 Juli). Feminisme dan Budaya Pop: Jangan Hanya Mengganti Saluran. Diakses pada 3 Januari 2023, dari <https://magdalene.co/story/feminisme-dan-budaya-pop-jangan-hanya-mengganti-saluran>
- Fadli, M & Riyani, U.E. (2021, 21 September).Melakukan Perawatan Kulit Juga Bentuk Self Love, Lho! Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://www.indozone.id/beauty/mnsvl9r/melakukan-perawatan-kulit-juga-bentuk-self-love-lho/read-all>
- Fadli, R. (2022, 27 Januari). Usia Berapa Anak Boleh Dikenalkan dengan perawatan kulit? Diakses pada 20 Desember 2022, dari <https://www.halodoc.com/artikel/usia-berapa-anak-boleh-dikenalkan-dengan-perawatan-kulit>
- Fakhrunnisa, R. A., Kusdibyo, L., & Kania, R. (2020, September). Persepsi Wanita Millennial terhadap Produk Kecantikan Hijau. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 1030-1034).

- Faludi. S. 1991/2006. *Backlash: The Undeclared War Against American Women*. New York: Three Rivers Press.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. doi:10.1177/001872675400700202
- Floretta, J. (2022, 27 Januari). Kulit Putih, Standar Kecantikan Peninggalan Pra-Kolonialisme yang Masih Populer. Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://magdalene.co/story/kulit-putih-standar-kecantikan-peninggalan-pra-kolonialisme-yang-masih-populer>
- Foad et al (2022) dalam <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.880009/full>, diakses pada 2 Januari 2023
- Francis, T & Hoefel, F. (2018, 12 November). True Gen': Generation Z and its implications for companies. Diakses pada 19 Desember 2022, dari <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Ganatra, V., Sinha, R., Srishti, S., Pandey, R., Kadam, P., Ristiansyah, S. A., ... & Wei, L. P. (2021). The Body Shop" Forever Against Animal Testing". *International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM)*, 6(1), 90-100.
- Genç, M., & Öksüz, B. (2015). A fact or an illusion: Effective social media usage of female entrepreneurs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 293-300.
- Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F., & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of business research*, 69(4), 1484-1491.
- Grau, S. L., & Zotos, Y. C. (2016). Gender stereotypes in advertising: a review of current research. *International Journal of Advertising*, 35(5), 761-770.
- GUNAWAN, P. (2020). *THE USE OF PHRASE IN THE BODY SHOP OFFICIAL INSTAGRAM HASHTAGS: STYLISTIC ANALYSIS* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA).
- Hall, Christine C. Iijima (1995). Asian Eyes: Body Image and Eating Disorders of Asian and Asian American Women. *Eating Disorders*, 3(1), 8–19. doi:10.1080/10640269508249141
- Handajani, S. (2022). Theorizing Beauty Regimes: Indonesian Women Performing their Gender Ideology and Resistance through Makeup. *Jurnal Humaniora*, 34(2), 108-116. doi:<https://doi.org/10.22146/jh.69020>
- Hardon, Anita, dkk. 2013. Seksualitas Kimia: Penggunaan Farmasi dan Produk Kosmetik oleh Pemuda di Sulawesi Selatan, Indonesia. *Reproductive Health Matter*. Vol.21, No.41. Hal: 214–224.

- Haryadi, R. (2009). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix. *Journal of Economic and Business*, 4(7), 52-72.
- Hartman, C. L., & Beck-Dudley, C. L. (1999). Marketing Strategies and the Search for Virtue: A Case Analysis of the Body Shop, International. *Journal of Business Ethics*, 20(3), 249–263. <http://www.jstor.org/stable/25074136>
- Haryani, H. (2020). PEREMPUAN DALAM BUDAYA PATRIARKI: KAJIAN SEMIOTIKA SOSIAL DALAM CERPEN SUNDA BERJUDUL “SI BOCOKOK”. *ENSAINS JOURNAL*, 3(1), 11-16.
- Herby, E. (2016). The rise of femvertising: authentically reaching female consumers.
- Hickman M and Attwood K (2008) Fairtrade sales double to £500m as supermarkets join trend. Diakses pada 29 Desember 2022, dari <http://www.independent.co.uk/news/business/news/fairtrade-sales-double-to-163500m-as-supermarkets-join-trend786931.html>.
- Huh, E.J. (2011) Analysis of attitude and purchase intention regarding. *Ethical Korean Journal of Consumer Studies*, 22, 89–111.
- Ika. (2016, 3 Mei). Postfeminisme Sumbang Gagasan Baru. Diakses pada 27 Desember 2022, dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/11599-postfeminisme-sumbang-gagasan-baru>
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 110-119.
- Jackson, L ; Hodge, C ; Ingram, J. (1994). Gender and self-concept: A reexamination of stereotypic differences and the role of gender attitudes. , 30(9-10), 615–630. doi:10.1007/bf01544666
- Joinbranded.com. (2022, 10 Agustus). How Can Social Media Help Your Beauty Brand Grow? Diakses pada 19 November 2022, dari <https://joinbranded.com/news/how-can-social-media-help-your-beauty-brand-grow/>
- Karwita, G. (2021, 1 Agustus). Masalah Sampah Kecantikan. Diakses pada 22 Desember 2022, dari <https://www.dictio.id/t/masalah-sampah-kecantikan/161674>
- Kashmar, Mohamad et al. (2019). *Consensus Opinions on Facial Beauty and Implications for Aesthetic Treatment in Middle Eastern Women. Plastic and Reconstructive Surgery - Global Open*, 7(4), e2220–. doi:10.1097/gox.0000000000002220
- Kasiyan, K. (2004). PEREMPUAN DAN IKLAN: SEBUAH CATATAN TENTANG PATOLOGI IDEOLOGI GENDER DI ERA KAPITAL. Nirmana, 3(2).
- Khrueanugool, T., & Chetthamrongchai, P. (2022). The Marketing Mix Factors Affecting Purchasing Decisions for Non-animals Testing Cosmetic and perawatan kulit Products.

- Kompas.com. (2018, 19 Januari). The Body Shop Tutup Toko di Inggris, Bagaimana dengan Indonesia? Diakses pada 20 November 2022, dari <https://properti.kompas.com/read/2018/01/19/223000821/the-body-shop-tutup-toko-di-inggris-bagaimana-dengan-indonesia-?page=all>
- Korthals, M. (2001). Taking consumers seriously: Two concepts of consumer sovereignty. *Journal of Agricultural and Environmental ethics*, 14(2), 201-215.
- Kumalaningtyas, N., & Sadasri, L. M. (2018). Citra Tubuh Positif Perempuan Dalam Iklan Video Digital (Studi Femvertising Pada Iklan Dove Real Beauty). *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 62-73.
- Lararenjana, E. (2022, 24 Januari). Mengenal Apa Itu Greenwashing Beserta Ciri-Cirinya, Jangan Sampai Tertipu. Diakses pada 2 Januari 2023, dari <https://www.merdeka.com/jatim/mengenal-apa-itu-greenwashing-beserta-ciri-cirinya-jangan-sampai-tertipu-klm.html>
- Lestari, I., & Fitriani, D. R. (2021). Green Marketing and Green Brand Image on Users-Attitudes of The Body Shop Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 1995-2004.
- Maharani, A. (2020, 10 Januari). Skin Care Alami Belum Tentu Aman, Ini Alasannya! Diakses pada 18 Januari 2023, dari <https://www.klikdokter.com/info-sehat/kulit/skin-care-alami-belum-tentu-aman-ini-alasannya>
- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. (2015). Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik the Body Shop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442-456.
- Matsuura, K., Fujimura, M., Nozawa, Y., Iida, Y., & Hirayama, M. (1992). The body shape preferences of Japanese female students. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders: Journal of the International Association for the Study of Obesity*, 16(2), 87-93.
- McRobbie, A. 2009. The Aftermath of Feminism –Gender, Culture, and Social Change. London: SAGE Publications, Ltd. McRobbie, A. 1994.
- McRobbie, Angela. 1994. Postmodernism and Popular Culture, New York: Routledge.
- Melati, N.K. (2016, 6 Juni). Melihat Postfeminisme dalam Konteks Indonesia. Diakses pada 3 Januari 2023, dari <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/melihat-postfeminisme-dalam-konteks-indonesia?locale=en>.

- Moeliono, N., Fakhri, M., Sari, D., Kurnia, B., & Anindita, D. A. (2020). Green brand awareness factors on the body shop product. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 932-938).
- Mortimer, G. (2020, 30 September ). Climate explained: are consumers willing to pay more for climate-friendly products? Diakses pada 25 Desember 2022, dari <https://theconversation.com/climate-explained-are-consumers-willing-to-pay-more-for-climate-friendly-products-146757>
- Muthmainnah. (2019). KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN SEBAGAI PENCITRAAN:STUDI KASUS KAMPANYE ECO-FASHION H&M CONSCIOUS. Skripsi. Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta
- Nahan, N., & Kristinae, V. (2019). Analisis Citra Merek Terhadap Minat Konsumen Produk The Body Shop Palangka Raya. *Jurnal REKOMEN* (Riset Ekonomi Manajemen), 3(1), 70-77.
- Naibaho, A., & Yuliati, A. L. L. (2017). Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Body Mist (Studi pada The Body Shop di Trans Studio Mall Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 25-38.
- NGUYEN, N. B. T. TRUST IN BRAND ACTIVISM: A look at self-love campaigns of beauty brands.
- Nicholls, A., Opal, C., 2005. Fair trade–Market-driven ethical consumption. SAGE Publications, London, Thousand Oaks, CA doi: <https://doi.org/10.4135/9781446211526>
- Oh, Jong-Chul; Yoon, Sung-Joon (2014). *Theory-based approach to factors affecting ethical consumption. International Journal of Consumer Studies*, 38(3), 278–288. doi:10.1111/ijcs.12092
- Parhani, S. (2020, 6 November 2022). The Body Shop Indonesia Luncurkan Kampanye Dorong Pengesahan RUU PKS. Diakses pada 28 November 2022, dari <https://magdalene.co/story/the-body-shop-indonesia-luncurkan-kampanye-dorong-pengesahan-ruu-pks>
- Park, C. Whan; Jaworski, Bernard J.; MacInnis, Deborah J. (1986). Strategic Brand Concept-Image Management. *Journal of Marketing*, 50(4), 135–145. doi:10.1177/002224298605000401
- Patino, A., Pitta, D. A., & Quinones, R. (2012). Social media's emerging importance in market research. *Journal of consumer marketing*, 29(3), 233-237.
- Pekerti.com. Apa itu Fair Trade? Diakses pada 25 Desember 2022, dari <https://pekerti.com/id/fair-trade-2/apa-itu-fair-trade/#:~:text=Fair%20Trade%20adalah%20sistem%20perdagangan,%2C%20tranparansi%2C%20saling%20mempercayai%2C%20dan>



- Pillay, S. (2020). The future is female: femvertising and attitude formation towards beauty brands. *Journal of Contemporary Management*, 17(2), 102-125.
- Polonsky, Michael Jay. 1994b. "A Stakeholder Theory Approach to Designing Environmental Marketing Strategy." Unpublished Working Paper.
- Prabasmoro, A.P. (2003). *Becoming White: Representasi Ras, Kelas, Femininitas dan Globalitas dalam iklan Sabun*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pratiwi, R.S. (2021, 18 Juli). Gaya Hidup Konsumtif Hambat Pelestarian Lingkungan. Diakses pada 22 Desember 2022, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/07/18/210000320/gaya-hidup-konsumtif-hambat-pelestarian-lingkungan-?page=all>
- Priyambodo, U. (2021, 9 Juni). Diakses pada 2 Januari 2023, dari <https://nationalgeographic.grid.id/read/132731996/mengubah-sisi-gelap-industri-kecantikan-lewat-kecantikan-berkelanjutan?page=all>
- Putri, C.N. (2021, 27 Juli). Di Balik Ancaman Limbah perawatan kulit dan Kosmetik, Ini yang Bisa Kita Lakukan. Diakses pada 22 Desember 2022, dari <https://www.kompas.com/parapuan/read/532809004/di-balikancamanlimbah-perawatan-kulit-dan-kosmetik-ini-yang-bisa-kita-lakukan>
- Pyke, T & Regan, C. (2015, 24 Februari). *Ethical Consumption*. Diakses pada 29 Desember 2022, dari <https://developmenteducation.ie/feature/ethical-consumption/>
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif wanita karir di lingkungan pemerintah Provinsi Riau. Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender, 14(2), 199-224.
- Rika & Sabrina. 2012. Aplikasi Teori Perilaku yang di Rencanakan Untuk Memprediksi Niat Beli Konsumen: Studi Empiris Pada Produk Hijau. *Jurnal Ekonomi*.
- Rinaldo, D. (2012). KONSTRUKSI KECANTIKAN : SEBUAH ANALISIS HIPERSEMIOSIS TERHADAP FILM THE DEVIL WEARS PRADA. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rizkiyah, I., & Apsari, N. C. (2019). Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat. Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender, 18(2), 133-152.
- Rosa, M.C. (2022, 27 Februari). Perbedaan Self Healing, Self Love, Self Reward, dan Self Care yang Sering Disebut. Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/02/27/084000781/perbedaan-self-healing-self-love-self-reward-dan-self-care-yang-sering?page=all>
- Roslan, S., Anggraini, D., & Minanda, A. (2018). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo kendari (Doctoral dissertation, Haluoleo University).

Sakinah, S. (2018). Ini Bukan Lelucon. *Emik*, 1(1), 53-67.

Sari, A. T. P. (2017). ‘Tidak Menang Tampang Doang’: Kombinasi Outer dan Inner Beauty di Kalangan Mahasiswi. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 1-18.

Sarwer, D. B., Grossbart, T. A., & Didie, E. R. (2003, June). Beauty and society. In *Seminars in Cutaneous Medicine and Surgery* (Vol. 22, No. 2, pp. 79-92).

Shah, V. (2016, 3 Mei). Does ethical consumption have to cost so much? Diakses pada 6 Januari 2023, dari <https://www.eco-business.com/opinion/does-ethical-consumption-have-to-cost-so-much/>

Shaputra, R. K. (2013). Penerapan green marketing pada bisnis produk kosmetik. *Jurnal Jibeka*, 7(3), 47-53.

Siahaan, I. D. F. (2013). ANALISIS GENDER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Starr, M.A., 2009. The social economics of ethical consumption—Theoretical considerations and empirical evidence. *J. Socio Econ.* 38 (6), 916–925. doi:10.1016/j.socec.2009.07.006.

Sumartono. (2002). “Terperangkap dalam Iklan”. Bandung: Alfabeta.

Suwastini, N. K. A. (2019). Perkembangan feminisme barat dari abad kedelapan belas hingga posfeminisme: Sebuah Tinjauan Teoretis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1).

Tashandra, N. (2018, 25 Oktober). Kosmetik Natural Tak Selalu Alami, Apa Alasannya? diakses pada 18 Januari 2023, dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/10/25/101057820/kosmetik-natural-tak-selalu-alami-apa-alasannya?page=all>

The Body Shop. (1997), “To the pursuit of social and environmental change”, available at: [www.anitaroddick.com/aboutanita.php](http://www.anitaroddick.com/aboutanita.php)

Thebodyshop.com. OUR STORY WELCOME TO THE BODY SHOP. Diakses pada 13 November 2022, dari <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/our-story/a/a00002>

Thebodyshop.co.id. EMPOWERING WOMEN AROUND THE WORLD. Diakses pada 14 November 2022, dari <https://www.thebodyshop.co.id/women-empowerment>

Thebodyshop.com. WHAT IS SELF LOVE? Self love is our superpower. Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/activism/self-love/what-is-self-love/a/a00040>

Thebodyshop.com. HELPING OUR COMMUNITIES WE’RE BETTER WHEN WE CARE TOGETHER. Diakses pada 2 Januari 2023, dari



<https://www.thebodyshop.com/en-us/about-us/local-news/helping-our-communities/a/a00026>

- Trampe, D., A. Stapel, D., & W. Siero, F. (2011). The Self-Activation Effect of Advertisements: Ads Can Affect Whether and How Consumers Think about the Self. *Journal of Consumer Research*, 37(6), 1030–1045. <https://doi.org/10.1086/657430>
- Trifiana, A. (2021, 31 Agustus). 8 Alasan Mengapa Selancar Bisa Jadi Olahraga Pereda Stres. Diakses pada 20 Desember 2022, dari <https://www.sehatq.com/artikel/selancar-bisa-jadi-olahraga-pereda-stres>
- Trisnaningtyas, F & Luthfiani, D. (2022, 29 Agustus). Diakses pada 30 Desember 2022, dari <https://jateng.genpi.co/gaya-hidup/7207/ngeri-sampah-produk-kosmetik-dan-perawatan-kulit-ternyata-berbahaya-bagi-lingkungan>
- Tong, Rosemarie Putnam. 2005. *Feminist Thought: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.
- Ulumuddin, N. (2021, 6 Juli). Postfeminisme: Harapan Baru Perjuangan Perempuan Indonesia. Diakses pada 29 Desember 2021, dari <https://rahma.id/posfeminisme-harapan-baru-perjuangan-perempuan-indonesia/>
- Ulya, F. N. (2022, 6 Oktober). BPOM Temukan 1.658.205 Obat Tradisional dan Kosmetik Mengandung Bahan Kimia Obat. Diakses pada 30 Desember 2022, dari <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/06/14120491/bpom-temukan-1658205-obat-tradisional-dan-kosmetik-mengandung-bahan-kimia>
- Van Vonderen, K. E., & Kinnally, W. (2012). Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. *American Communication Journal*, 14(2), 41-57.
- Webb, A. (2021, 27 Mei). Explaining Green, Eco-Friendly, and Environmentally Friendly. Diakses pada 2 Januari 2023, dari <https://www.mcrcsafety.com/blog/environmentally-friendly>
- Wibowo, S. F. (2011). Karakteristik konsumen berwawasan lingkungan dan hubungannya dengan keputusan membeli produk ramah lingkungan. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(2), 192-202.
- Widiyarti, Y. (2016, 16 November). Pengaruh Pola Makan yang Salah pada Kecantikan. Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://cantik.tempo.co/read/820655/pengaruh-pola-makan-yang-salah-pada-kecantikan>
- Winarni, R. W. (2010). Representasi kecantikan perempuan dalam iklan. *Deiksis*, 2(02), 134-152.
- Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. (A. Swastika, Terjemahan). Yogyakarta: Niagara.