

DAFTAR PUSTAKA

- Almanasreh, E., Moles, R., & Chen, T. F., 2019, Evaluation of methods used for estimating content validity. *In Research in Social and Administrative Pharmacy* (Vol. 15, Issue 2, pp. 214–221). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2018.03.066>.
- Amalia, N., & Rozza, R., 2022, Perkembangan Regulasi Kosmetik Halal di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 1-14.
- Asosiasi Digital Marketing Indonesia, 2020, *Data Produk Kecantikan Terlaris Di E-Commerce – DIGIMIND*, <https://Digimind.Id/Data-Produk-Kecantikan-Terlaris-Di-e-Commerce/>, diakses pada 10 September 2023.
- Aziza, N., dkk., 2023, *Metodologi Penelitian 1*, Media Sains Indonesia, Bandung.
- Barbara, G. W., Joseph, T. D., Terry, L. S., & DiPiro, C. V, 2017, *Pharmacotherapy Handbook 10th ed*, New York: McGraw-Hill Education.
- Barros, C., Bevenuto, R., & Barros, G., 2020, Natural and Organic Cosmetics: Definition and Concepts, *Journal of Cosmetology & Trichology*, 6(2), <https://doi.org/10.4172/2471-9323.1000143>.
- BPOM, 2021a, *Modul Cerdas Memilih dan Menggunakan Kosmetik yang Aman*, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik, Jakarta.
- BPOM, 2021b, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2016, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- CNN Indonesia, 2023, *BPOM Temukan 1.542 Produk Kosmetik Ilegal, 13 Mengandung Merkuri*, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230702064920-20-968452/bpomtemukan-1542-produk-kosmetik-ilegal-13-mengandung-merkuri>, diakses pada 28 Agustus 2023.
- Databoks, 2022, *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>, diakses pada 1 September 2023.

Databoks, 2023, E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>, diakses pada 15 Oktober 2023.

Defitri, M., 2022, *4 Breakthroughs in Reaching Zero Waste Indonesia*, Waste4change.Com/Blog/, diakses pada 14 Februari 2024.

Handayani, D. A., 2020, Analisis Pelanggaran Iklan Kosmetika pada Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(2), 159-174.

Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Wasil, M., Dewi, A., Nostalia, A., Novi, S., Soeharjoto, R., Umar, N., Chasanah, S., Fitriyatul, A., Luluk, B., & Harinie, T., 2023, *Konsep Dasar E-Business*, PT Global Eksekutif Teknologi, Padang.

Kemenperin, 2023, *Perkembangan Industri kosmetik nasional*, <http://ikft.kemenperin.go.id/perkembangan-industri-kosmetik-nasional/>, diakses pada 10 Oktober 2023.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey, Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P., Armstrong, G., 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13- Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kumar, V., 2016, Perspective of Natural Products in Skincare, *Pharmacy & Pharmacology International Journal*, 4(3), <https://doi.org/10.15406/p pij.2016.04.00072>.

Lestari, R. T., Gifanda, L. Z., Kurniasari, E. L., Harwiningrum, R. P., Kelana, A. P. I., Fauziyah, K., Widyasari, S. L., Tiffany, T., Krisimonika, D. I., Salean, D. D. C., & Priyandani, Y., 2021, Perilaku Mahasiswa Terkait Cara Mengatasi Jerawat, *Jurnal Farmasi Komunitas*, 8(1), 15–19, <https://doi.org/10.20473/jfk.v8i1.21922>.

Mariana, M., Sartini, S., & Karim, A., 2018, Efektivitas Beberapa Produk Pembersih Wajah Antiacne terhadap Bakteri Penyebab Jerawat propionibacterium acnes, *Biolink Jurnal Biologi Lingkungan, Industri Kesehatan*, 5(1), 31-41, doi:10.31289/biolink.v5i1.166.

Murargo, Y. P. N., & Indriasari, M., 2021, *Potensi Kosmetik Natural Indonesia dan Persyaratan Berkelanjutan Sebagai Referensi Pasar di Uni Eropa*, Kedutaan Besar Republik Indonesia Brussel, Brussel.

NATRUE, 2021, *NATRUE Label Criteria: Requirements to be Met by Natural and Organic Cosmetics*, The International Natural and Organic Cosmetics Association, Brussels.

- Pengawasan Kosmetik, D., 2023, Laporan Tahunan Tahun 2022 Direktorat Pengawasan Kosmetik, <https://www.pom.go.id/storage/sakip/Laporan%20Tahunan%202022%20Direktorat%20Pengawasan%20Kosmetik.pdf>, di akses pada 28 September 2023.
- Pham, T. T., 2020, The Rise of Natural Cosmetics: A Review of Consumer Attitudes and Purchase Behavior, *Sustainability*, 12(11), 4604, <https://doi.org/10.3390/su12114604>.
- Pradana, M., 2015, Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia, *Jurnal Neo-Bis*, 9(2).
- Pratiwi, D.P.E., 2015, Pelanggaran Sendi-Sendi Gaya Bahasa Pada Iklan TV, *RETORIKA : Jurnal Ilmu Bahasa*, 1(1), pp. 81-93. doi:10.22225/jr.1.1.14.81-93.
- Puspita, A. Y, 2021, Optimasi Sediaan Gel Antijerawat Ekstrak Daun Belimbing Wuluh (*Averrhoa bilimbi*) dengan Gelling Agent HPMC dan Humektan Propilen Glikol: Desain Faktorial, *Skripsi*, Sanata Dharma University.
- Raharni, Supardi, S., Herman, M. J., Sasanti, R., & Susyanti, A. L., 2014, Kajian Kebijakan Periklanan Kosmetika di Indonesia: Assesment of The Cosmetic Advertising Policy in Indonesia: "The Central and Local Government Authority", *Bul. Penelit. Kesehat*, 42(2), 131-138.
- Septiani, D. A., & Indraswari, L., 2018, Potensi dan Tantangan Industri Kosmetik Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 1-14.
- SimilarWeb, 2023, *Top Website Ranking Most Visited Marketplace Websites in Indonesia*, <https://Www.Similarweb.Com/Top-Websites/Indonesia/eCommerce-and-Shopping/Marketplace/>, di akses pada 10 September 2023.
- Smith, J.A., et al., 2023, Pengaruh Bentuk Sediaan dan Bahan Aktif Kosmetik Alami Antijerawat pada Keputusan Pembelian Konsumen, *Journal of Cosmetic Science*, 74(2), 123-134.
- Statista, 2023, *Beauty & Personal Care - Indonesia*. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>, di akses pada 4 September 2023.
- Stratview Research, 2023, *Anti Acne Cosmetics Market Report*, <https://www.stratviewresearch.com/1459/anti-acne-cosmetics-market.html#:~:text=The%20Global%20Anti%2DAcne%20Cosmetics,forecast%20period%20of%202022%2D2028>, di akses oada 5 September 2023.
- Subandriyo, B., 2020, *Bahan Ajar Statistik Non Parametrik*, Diklat Fungsional Statistisi Tingkat Ahli – BPS Angkatan XXI, Jakarta.

- Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Thomas, N. A., Abdulkadir, W. S., & Mohi, M. A., 2019, Formulasi dan Uji Efektivitas Gel Ekstrak Buah Pare (*Momordica charantia* L) Terhadap Bakteri *Staphylococcus epidermidis* dan *Propionibacterium acnes* Penyebab Jerawat, *Pharmacy Medical Journal*, 2(1), 46–60, <https://doi.org/10.35799/pmj.2.1.2019.23610>.
- Utomo, A. R., 2021, Evaluasi Iklan Produk Kosmetik terhadap Regulasi, *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Wardania, A. K., Malfadinata, S., & Fitriana, Y., 2020, Uji Aktivitas Antibakteri Penyebab Jerawat *Staphylococcus epidermidis* Menggunakan Ekstrak Daun *Ashitaba* (*Angelica keiskei*). *Lambung Farmasi: Jurnal Ilmu Kefarmasian*, 1(1), 14, <https://doi.org/10.31764/lf.v1i1.1206>.
- Yustiani, R., Yunanto, R., 2017, Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2).