

## DAFTAR PUSTAKA

- Alazab, K., Dick, M., dan Maleki Far, S., 2020, Assessing the Effect of UTAUT2 on Adoption of B2B/C2C E-Marketplaces. *Journal of Internet and e-Business Studies*, 2020(2020), 1-11.
- Almanasreh, E., Moles, R., dan Chen, T. F., 2019, Evaluation of methods used for estimating content validity. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 15, 214-221.
- Amalia, R. dan Rozza, S., 2022, Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal. *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, 9(2), 1680-1690.
- Ammah, M. dan Sudarwanto, T., 2022, Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Testimoni pada Klinik Kecantikan MSGLOW di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 10(1), 1600-1609.
- AOCS, 2015, An Introduction to Cosmetic Technology, <https://www.aocs.org/stay-informed/inform-magazine/featured-articles/an-introduction-to-cosmetic-technology-april-2015>, 17 Maret 2024.
- Awad, A., Madla, C. M., Gavins, F. K. H., Allahham, N., Trenfield, S. J., dan Basit, A. W., 2021, *Liquid dosage forms*, <https://www.sciencedirect.com/topics/pharmacology-toxicology-and-pharmaceutical-science/liquid-formulation>, 6 September 2023.
- Barros, C. dan Barros, R., 2020, Natural and Organic Cosmetics: Definition and Concepts. *Journal of Cosmetology & Trichology*, 6(2), 1-9.
- BBC, 2023, Kosmetik bermerkuri 'ilegal' dan 'berbahaya' masih beredar di lokapasar, mengapa sulit diberantas?, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cld306gyw9ro>, 23 Agustus 2023.
- BPOM, 2016, *Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2020, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 30 Tahun 2020 tentang Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2021a, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2021b, *Modul Pembelajaran Cerdas Memilih dan Menggunakan Kosmetika yang Aman*, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik, Jakarta.
- BPOM, 2021c, *Petunjuk Teknis Penerbitan Nomor Izin Edar Kosmetik (Nomor Notifikasi Kosmetik)*, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Masyarakat, Jakarta.

- BPOM, 2022a, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2022b, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2023a, *Gelar Pertemuan Nasional, BPOM Dukung Terwujudnya Iklim Positif Kontrak Produksi Kosmetik di Indonesia*, <https://www.pom.go.id/siaran-pers/Gelar-Pertemuan-Nasional--BPOM-Dukung-Terwujudnya-Iklim-Positif--Kontrak-Produksi-Kosmetik-di-Indonesia>, 20 Agustus 2023.
- BPOM, 2023b, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Databoks, 2022, *Serum, Produk Skincare Lokal Paling Banyak Disukai Perempuan Indonesia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/serum-produk-skincare-lokal-paling-banyak-disukai-perempuan-indonesia>, 25 Agustus 2023.
- Departemen Kesehatan RI, 1994, *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia tentang Pedoman Periklanan: Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, dan Makanan-Minuman*, Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Etim, G. S. dan Inameti, E. E., 2017, Above-The-Line Advertising Media And Consumers Awareness Of Selected Cable TV Networks In Calabar Metropolis, Cross River State- Nigeria. *Global Journal of Social Sciences*, 16, 49-60.
- Fakhrunissa, R. A., Kusdiby, L., dan Kania, R., 2020, Persepsi Wanita Millennial terhadap Produk Kecantikan Hijau. *Prosiding The 11<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*, 1030-1034.
- FD&C Act, 2023, *Federal Food, Drug, and Cosmetic Act*, Authenticated U.S. Government Information, United States.
- Fuadah, L. L., Dewi, K., Muktaruddin, Kalsum, U., dan Arisman, A., 2022, The Relationship between Sustainability Reporting, E-Commerce, Firm Performance and Tax Avoidance with Organizational Culture as Moderating Variable in Small and Medium Enterprises in Palembang. *Sustainability*, 14, 1-17.
- Gaikwad, P. B., Kakade, S. A., Bodkhe, P., dan Sanap, G., 2023, Review on: On Overview of Face Wash with Comparative Study of Market Face Wash Products. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(4), 1792-1797.

- Handrawan, M. A. R., Setyaningrum, I., dan Ariani, M., 2021, Perkembangan dan Dampak Positif dan Negatif E-Commerce Bagi UMKM Sektor Furnitur dan Konsumen. *CALYPTRA*, 9(2), 1-12.
- Hasudungan, G. G., Turisno, B. E., dan Aminah, 2016, Perlindungan Konsumen terhadap Iklan yang Menggunakan Kata Superlatif. *Diponegoro Law Review*, 5(2), 1-15.
- Ikatan Dokter Indonesia, 2012, *Kode Etik Kedokteran Indonesia*, Pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia, Jakarta.
- Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Wasil, M., Aprizal, Suseno, D. A. N., Rahayu, N., Soeharjoto, Umar, N., Chasanah, S., Bilgies, A. F., dan Harinie, L. T., 2023, *Konsep Dasar E-Business*, PT Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Jaseer, J. J., Ajay, M., Jasmal, M., George, N., Vaishna, V. V., dan Remya S. B., 2022, Formulation and Evaluation of Liquid Based Face Wash. *International Journal of Pharmaceutical Research and Application*, 7(2), 1533-1547.
- Kemenperin, 2020, *Dampak Pandemi, Transaksi Belanja Online Produk Kosmetik Naik*, <https://kemenperin.go.id/artikel/22137/Dampak-Pandemi,-Transaksi-Belanja-Online-Produk-Kosmetik-Naik-80>, 22 Agustus 2023.
- Kumar, V., 2016, Perspective of Natural Products in Skincare. *Pharmacy & Pharmacology International Journal*, 4(3), 1-3.
- Kurnia, S. N. dan Mayangsari, L., 2020, Barriers in Purchasing Green Cosmetic Products Among Indonesian Women. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(8), 72-84.
- Lukitaningsih, A., 2013, Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Lustono dan Cahyani, F. L., 2020, Pengaruh Media Promosi Digital atau *Online dan Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Belanjadolo *Online Shop* di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20, 11-24.
- Mijaljica, D., Spada, F., dan Harrison, I. P., 2022, Skin Cleansing without or with Compromise: Soaps and Syndets. *Molecules*, 27, 1-15.
- Murargo, Y. P. N., 2021, *Potensi Kosmetik Natural Indonesia dan Persyaratan Berkelanjutan Sebagai Referensi Pasar di Uni Eropa*, Kedutaan Besar Republik Indonesia Brussels, Brussels.
- Nathasya, B., 2022, Peran BPOM terhadap Pengawasan Peredaran Kosmetik Ilegal dalam Perlindungan Hukum Konsumen di Air Dingin Pekanbaru, *Skripsi*, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

- NATRUE, 2021, *NATRUE Label Criteria: Requirements to be Met by Natural and Organic Cosmetics*, The International Natural and Organic Cosmetics Association, Brussels.
- Ningrum, M. S. dan Tresnati, R., 2018, Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pelanggan Klinik Vanela *Beauty Care* Cimareme Padalarang. *Prosiding Manajemen*, 4(1), 274-279.
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., dan Matheosz, J. N., 2020, Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 1-18.
- Pandey A., Jatana G. K., dan Sonthalia, S., 2023, *Cosmeceuticals*, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK544223/>, 17 September 2023.
- Pham, T. B. L., 2020, Consumer-Green Brand Relationships: A Conceptual Framework and Empirical Analysis in Vietnam, *Thèse*, Université Grenoble Alpes, Prancis.
- Prasetyo, D. D., Yulianto, E., dan Sunarti, 2016, Pengaruh Iklan Secara *Online* terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1), 170-174.
- Puspita, R. C. dan Suryoko, S., 2017, Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Diponegoro Journal Of Social And Political*, 1-8.
- Republika, 2022, *BPOM: Tren Pelanggaran Iklan Kosmetika dan Obat Tradisional Meningkat*, <https://news.republika.co.id/berita/r8sgqz384/bpom-tren-pelanggaran-iklan-kosmetika-dan-obat-tradisional-meningkat>, 23 Agustus 2023.
- Ribeiro, A. S., Estanqueiro, M., Oliveira, M. B., dan Lobo, J. M. S., 2015, Main Benefits and Applicability of Plant Extracts in Skin Care Products. *Cosmetics*, 2, 48-65.
- Septiani, S. dan Indraswari, R., 2018, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor, *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 9(1), 59-73.
- Statista, 2023, *Beauty & Personal Care - Indonesia | Market Forecast*, <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia>, 20 Agustus 2023.
- Statista, 2023, *Cosmetics industry - statistics & facts | Statista*, <https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/#topicOverview>, 22 Agustus 2023.
- Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- TribunJateng.com, 2022, *BPOM Temukan 14 Ribu Iklan Kosmetik Abal-abal di Media Sosial, Ini Bahaya yang Mengintai Pemakai*,

<https://jateng.tribunnews.com/2022/06/17/bpom-temukan-14-ribu-iklan-kosmetik-abal-abal-di-media-sosialini-bahaya-yang-mengintai-pemakai>, 23 Agustus 2023.

Utomo, A. R., 2021, Evaluasi Iklan Produk Kosmetik terhadap Regulasi yang Berlaku pada Industri Kosmetik di Kabupaten Sleman, *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Widayati, R., 2019, *Penggunaan Tenaga Profesional dalam Iklan Produk Barang dan Jasa Kaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, Padang.

Wulandari, O. A. D., Ujiani, dan Putri, N. R., 2020, Analisis Pemanfaatan Marketplace dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk UMKM di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 96-101.

Wulandini, R., Irwansyah, F. S., dan Windayani, N., 2019, Formulation of Facial Cleansing Gels Using *Aloe vera* as Natural Surfactant. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-6.

Yadav, N., Maury, S., Yadav, P., Yadav, M. K., dan Maurya, M. K., 2021, A Review On: Formulation and Development of Face Wash. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 8(6), 410-417.