

DAFTAR PUSTAKA

- Abby, E., dan Irwansyah, 2021, Penggunaan *Celebrity Endorser* pada Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan *Brand Engagement*, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(5), Universitas Indonesia.
- Adjeng, dkk., 2023, Edukasi Bahan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman di Desa Suka Banjar Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 89 – 102.
- Aini, dkk., 2019, Analisis *Website* Perpustakaan Universitas Islam Negeri Menggunakan Metode *Benchmarking* dan *Goal Oriented Requirements Engineering* (GORE) Model (Studi Kasus: UIN Jakarta, UIN Yogyakarta, dan UIN Malang), *Jurnal Teknik Informatika*, 12(2), Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- ANTARA, 2024, *Kemenperin dorong IKM kosmetik manfaatkan pertumbuhan pasar domestik*, <https://www.antaranews.com/berita/4234763/kemenperin-dorong-ikm-kosmetik-manfaatkan-pertumbuhan-pasar-domestik>, 13 September 2024.
- Anwar, R., dkk., 2024, Pengaruh Iklan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Penjualan Melalui *Marketplace* Laptop Axioo, *Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Badur, dkk., 2024, Preference of Skincare Product Usage Among Students of Public Health Faculty of Nusa Cendana University, *Journal of Health and Behavioral Science*, 6(1), Faculty of Public Health , Nusa Cendana University,
- BPOM, 2016, *Peraturan Kepala Badan Pengawas obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Pedoman Teknis Pengawas Iklan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2019, *Peraturan Badan Pengawas obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2021, *Peraturan Badan Pengawas obat dan Makanan Nomor 32 Tahun 2021 Tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2022, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2022, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas*

- Obat dan Makanan Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kimia*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2022, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 Tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- BPOM, 2023, *Modul Pembelajaran Cerdas Memilih dan Menggunakan Kosmetika yang Aman*, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan, dan Kosmetik, Jakarta.
- BPOM, 2023, *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>, 13 September 2024.
- BPOM, 2024, *Mengenal Kosmetik dan Penggunaannya*, <https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>, 4 Februari 2025.
- Bukran, dkk., 2024, Dampak Testimoni terhadap Keputusan Berbelanja pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Mataram, *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), Universitas Bumigora, Indonesia.
- Destiniar, 2017, Prosiding, Seminar Nasional Pendidikan PGRI 2017, *Pengembangan Pendidikan Karakter Untuk Meningkatkan Marwah Bangsa*, Pengurus Besar PGRI, Jakarta, Indonesia.
- DPI, 2020, *Etika Pariwisata Indonesia*, Dewan Periklanan Indonesia, Jakarta.
- Firdaus, D., dan Supriyadi, 2020, *Pengaruh Testimoni dan Desain Website Terhadap kepercayaan Pelanggan pada E-Commerce Shopee*, Manajemen, STIE STEMBI Bandung.
- Firellsya, G., 2024, Tren Belanja Online Wanita Gen-Z: Eksplorasi Faktor – Faktor di Balik Dominasi Wanita Gen-Z pada Platform Shopee Menggunakan Model UTAUT2, *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 184 – 196, Universitas Bunda Mulia.
- Handayani, dkk., 2022, Analisis Kadar Timbal pada *Eyeliners* dengan Metode Spektrofotometri Serapan Atom (SSA), *Jurnal Komunitas Farmasi Nasional*, 2(1), Ilmu Kimia Farmasi, Akademi Farmasi Surabaya, Surabaya, Indonesia.
- Hartono, dkk., 2024, Pengaruh Sodium Lauril Sulfat Pada Kemaksimalan cara membersihkan suatu Sampo anti ketombe dan Sabun Badan, *Jurnal Analisis*, 3(1), 57 – 65, Universitas Negeri Semarang.
- Hastuti, E., dan Choirunisa, B., 2023, Analisis Asam Retinoat dalam Sediaan Krim Pemutih yang Dijual Bebas di Beberapa Pasar Tradisional Kota Semarang, *Cendekia Journal of Pharmacy*, 7(2), Akademi Farmasi 17 Agustus 1945 Semarang.

- Hasudungan, dkk., 2016, *Perlindungan Konsumen terhadap Iklan yang Menggunakan Kata Superlatif*, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro.
- Hermawan, H., 2017, Sikap Konsumen terhadap Belanja *Online*, 1(1), 136 – 147, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. DR. Moestopo (Beragama).
- Hidayah, S., dkk., 2020, *Studi Literatur Mengenal Kosmetik Pembersih Wajah Cleansing Balm dan Perkembangannya*, Prodi Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Bandung, Bandung, DOI: 10.29313/v6i2.22761.
- Isnaeni, N., Dwirini, N., 2023, *Studi dan Karakterisasi Bahan Baku Resorsinol sebagai calon Baku Pembanding dan Pengembangan Metode Analisis Penetapan Kadar Resorsinol dalam Bahan Baku*, 3(2), Pusat Pengembangan Pengujian Obat dan Makanan Nasional, BPOM, Jakarta Pusat.
- Jakpat, 2021, *2021 Beauty Trends*, <https://jakpat-client-live.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/survey-report/client/survey-32270/PDF%20Report%202021%20Beauty%20Trends%20-%20Jakpat%20Survey%20Report%2032270.pdf?AWSAccessKeyId=AKIA X2S3XFVCSKQMIW7M&Expires=1730140215&Signature=7%2BAQMisI pHL2OvqkETDfMDrRwA%3D>, 18 September 2024.
- 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.
- Kominfo, 2024, *BBPOM Surabaya Temukan 8 Kosmetik Berbahaya*, <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/17440>, 11 Oktober 2024.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L., 2016, *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, Edisi 15, New Jersey.
- Lee, R., dan Evyanto, W., Pengaruh Harga, Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelumas pada PT Jumbo Power International Batam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 1031 – 1038.
- Lidyawati, dan Mardiana R., 2022, Penyuluhan tentang Bahaya Merkuri yang Terkandung dalam Kosmetik Krim Pemutih Wajah dan Cara Mengidentifikasinya, *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(2), 40 – 44, Akademi Farmasi YPPM Mandiri, Banda Aceh, Indonesia.
- Mahdi, M., 2022, *Ini Produk Skincare paling Banyak Dipakai Pria dan Wanita*, <https://dataindonesia.id/varia/detail/ini-produk-skincare-paling-banyak-dipakai-pria-dan-wanita>, 17 September 2024.
- Maryama, S., 2013, Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Liquidity*, 2(1), 73 – 79.
- Masitoh, I., 2022, Eksistensi Kosmetik Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim, dan Non-muslim (Studi Kasus Wardah Kosmetik), *Journal Transformation of*

- Mandalika*, 3(2), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Midika, L., Dewi, M., dan Aryani, R., 2023, *Formulasi Sediaan Cleansing Balm Mengandung Allantoin (Aluminum dihydroxy allantoinate) sebagai Eksfoliator*, Prodi Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Bandung, Indonesia.
- Mukherjee., Samipa., Chandrashekar., Gikwad., dan Rohini., 2015, *Cleansers: to use or not to*, *Indian Journal of Paediatric Dermatology*, 16(4), 193-197, DOI: 10.4103/2319-7250.165611.
- Mukromin, W., 2019, *Media sebagai Lembaga Sosial dan Komersial*, 3(2), Komunikasi Penyiaran Islam, Unismuh Makassar.
- Nawiyah, dkk., 2023, *Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia terhadap Produk Skin Care Lokal pada Tahun 2022*, Prodi Perdagangan Internasional wilayah ASEAN dan RRT, Politeknik Negeri APP Jakarta.
- NCBI, 2012, *Interrater reliability: the kappa statistic*, <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3900052/>, 9 Desember 2024.
- Nurdiansyah, F., dan Rugoyah, S., 2021, *Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum dan Saat Pandemi COVID-19*, *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), Program Studi Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Raswara Sanjaya (ARS).
- Nurjanah, 2021, *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda*, *Jurnal Mahasiswa*, Program Studi Manajemen, STIE-GK Muara Bulian, Jambi.
- Oneskin, 2024, *Petrolatum: Is it Safe or Harmful for Your Skin?*, <https://www.oneskin.co/blogs/reference-lab/what-is-petrolatum>, 20 Desember 2024.
- Peraturan Perundang – Undangan, 2009, *Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan*, Pemerintah Pusat, Indonesia.
- Perdana, S., dkk., 2020, *Uji Inter-Rater Reliability Western Ontario and Memaster University (WOMAC) Osteoarthritis Index pada Pasien Osteoarthritis Knee*, *Jurnal Kesehatan*, 13(2), 131 – 135.
- Pratiwi, dkk., 2023, *Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang*, *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2), Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Putri, dkk., 2024, *Analisis Faktor Penyebab Penyebaran Kosmetik Ilegal di E-Commerce: Studi Kasus Platform Digital di Indonesia*, *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 10(5), Universitas Lampung.
- Puspitasawi, W. D., dan Febrinita, F., 2021, *Pengujian Validasi Isi (Content Validity) Angket Persepsi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring Mata*

- Kuliah matematika Komputasi*, 4(1), 77 – 90, Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia.
- 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.
- Rachmawati, dkk., 2022, *Regulatory compliance of skincare product advertisements on Instagram*, 22(2), 230 – 235, Faculty of Pharmacy, University of Jember, Indonesia.
- Rahmah, dkk., 2021, *Sistem Pakar Penentuan Komposisi Skincare Berdasarkan Karakteristik Jenis Kulit Menggunakan Metode Certainty Factor*, 2(1), 36 – 42, Universitas Muslim Indonesia.
- Rehatalanit, 2021, *Peran E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis*, Universitas Suryadarma Jakarta, Jakarta.
- Riswandi, D., 2019, Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Econetica*, 1(1), Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat.
- Rusandi, Rusli, M., 2021, *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskripsi dan Studi Kasus*, Dinas Pendidikan Luwu Timur, STAI DDI Kota Makassar.
- Salsabila, A., dan Husni, P., 2023, *Tata Cara Sertifikasi pemenuhan Aspek Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (SPA CPKB) dalam Mendukung Kemudahan Perizinan Berusaha bagi Industri Kosmetika di Jawa Barat*, 22(1), Fakultas Farmasi, Universitas Padjadjaran.
- Santoso, S., 2010, *Statistika Non Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Medika Komputindo, Jakarta.
- Santoso, dkk., 2022, *Perancangan Website E-Commerce INEED.ID*, *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1), D4 E-Commerce Logistics, Politeknik Pos Indonesia Bandung.
- Saoutra, A., dan Wiratmojo, Y., 2014, *Analisis Isi Kecenderungan Bentuk Pelanggaran dalam Penggunaan Tokoh Tenaga Kesehatan di Television Commercials*, Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Slamet, R., dan Wahyuningsih, S., 2022, Validitas dan Reliabilitas terhadap Instrumen Kepuasan Kerja, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Aliansi.
- Statista, 2024, *Cosmetics Worldwide*, <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/worldwide>, 5 September 2024.
- Stephen, dkk., 2019, *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, 2(2), Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Indonesia.

- The Biofilm Hack, 2024, *Can You Use Cleanser to Remove Makeup?* [https://tbhskincare-com.translate.goog/blogs/news/can-you-use-cleanser-to-remove-makeup?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=While%20a%20cleanser%20may%20remove,mascara%20and%20long%20wear%20foundation.](https://tbhskincare-com.translate.goog/blogs/news/can-you-use-cleanser-to-remove-makeup?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=While%20a%20cleanser%20may%20remove,mascara%20and%20long%20wear%20foundation.,), 8 September 2024.
- Tribunnews, 2023, *BPOM Temukan 22,65 Persen Pelanggaran Iklan Kosmetik, Jangan Percaya Klaim Pemutih Wajah*, <https://www.tribunnews.com/nasional/2023/12/01/bpom-temukan-2265-persen-pelanggaran-iklan-kosmetik-jangan-percaya-klaim-pemutih-wajah>, 10 September 2024.
- ULPK BPOM, 2019, *Kosmetik*, <https://ulpk.pom.go.id/id/MM/20191010151347/2.html>, 19 September 2024.
- Walangitan, V., dkk., 2018, Analisis Merkuri (Hg) pada Krim Pemutih Wajah yang Beredar di Kota Manado, *Jurnal Ilmiah Farmasi*, 7(3), Program Studi Farmasi FMIPA UNSRAT Manado.
- Waziana, dkk., 2022, Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, STMIK Pringsewu, Bandar Lampung.
- We are social, 2023, *Global Overview Report*, <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>, 17 September 2024.
- Wibowo, dkk., 2024, Formulasi dan Evaluasi Sediaan Cleansing Balm Berbahan Dasar Minyak Jarak (*Ricinus communis L.*) dan Minyak Kelapa Murni (*Cocos nucifera L.*), *Jurnal Integrasi Kesehatan dan Sains (JKS)*, Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia.
- Widodo, P. B., dkk., 2022, Validitas Isi Skala Integritas Akademik Dosen, *Jurnal Empati*, 11(3), 72 – 79, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Widodo, D., dan Prasetyani, H., 2022, Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing, *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IVET, Indonesia.
- Wulandari, dkk., 2023, Pengaruh Penggunaan Media Interaktif terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran Pendidikan Pancasila Kelas II SDIT Insan Mulia Semarang, *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Malang.

- Wulaningtyas, H., 2024, Evaluasi Kesesuaian Iklan Pada Regulasi: Studi Kasus pada Iklan Produk Pembersih Wajah Alami di *E-Marketplace X*, Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Yu, J., dkk., 2019, *Comparative Analysis of skin Condition after Using Cleansing Oil and Cleansing Water for removing Facial Makeup*, Department of Cosmetology, Hanseo University, Seosan, Korea.
- Yuliati, E., dan Widowati, D., 2023, Analisis Kadar Hidrokuinon Dalam Krim Pemutih Yang Tidak Memiliki Izin Bpom Yang Beredar Di Kecamatan Ajibarang, *Jurnal Mahasiswa Ilmu Farmasi dan Kesehatan*, 1(1), 56 – 76, STIKes Ibnu Sina Ajibarang.
- Yugatama, dkk., 2019, Analisis Kandungan Timbal dalam Beberapa Sediaan Kosmetik yang Beredar di Kota Surakarta, *Journal of Pharmaceutical Science and Clinical Research*, Program Studi Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sebelas Maret.