

DAFTAR PUSTAKA

- Almanasreh, E., Moles, R., dan Chen, T.F., 2019, Evaluation of methods used for estimating content validity, *Research in social & administrative pharmacy: RSAP*, 15(2), pp. 214–221. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2018.03.066>.
- Andini, A., Raisa, G., Marcella, I., dan Faano, I., 2024, Sistem Pembuktian Terhadap Importir Jasa Titip yang Beroperasi secara Ilegal, *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(5), pp. 200–209, <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i5.2660>.
- Anisah, S., 2023, *Mengkaji Kelebihan dan Kelemahan E-Commerce Shopee Indonesia*, https://www.researchgate.net/publication/369038480_Mengkaji_Kelebiha_dan_Kelemahan_E-Commerce_Shoppee_Indonesia.
- Anita, Mahrizal, Fakhurrazi, dan Amelia, I., 2025, *Pengaruh Testimoni dan Kebutuhan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian dengan Ekspetasi Pelanggan sebagai Variabel Moderating*.
- Apif, M., 2024, *Strategi Pemasaran melalui Media Sosial dan E-Commerce serta Perilaku Generasi Z dalam Pembelian Produk Skincare*, https://www.researchgate.net/publication/382523809_Strategi_Pemasaran_melalui_Media_Sosial_dan_E-Commerce_serta_Perilaku_Generasi_Z_dalam_Pembelian_Produk_Skincare.
- Asih, E.M., 2024, Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia, *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), pp. 73–79.
- Behalpade, S. & Gajbhiye, S., 2022, *Review Article: Skin Care with Exfoliation Process*, 12(2).
- BPOM, 2022a, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- BPOM, 2022b, *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.
- BPOM, 2023a, *Modul Pembelajaran Cerdas Memilih dan Menggunakan Kosmetik yang Aman*, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2023b, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2023c, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 17 Tahun 2023 tentang Pedoman Dokumen Informasi Produk Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2024a, *BPOM Tegas Tumpas Produk Kosmetik Impor Ilegal*, <https://www.pom.go.id/berita/bpom-tegas-tumpas-produk-kosmetik-impor-ilegal>, 20 November 2024.

BPOM, 2024b, *Laporan Tahunan Direktorat Pengawasan Kosmetik Tahun 2023*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2024c, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 14 Tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan secara Daring*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2024d, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

BPOM, 2024e, *Semarak Kosmetik di Surabaya, BPOM Dorong Produk Aman dan Berkualitas dalam Industri Kosmetik Nasional*, Badan Pengawas Obat dan Makanan, <https://www.pom.go.id/berita/semarak-kosmetik-di-surabaya-bpom-dorong-produk-aman-dan-berkualitas-dalam-industri-kosmetik-nasional>, 20 November 2024.

BPOM, 2024f, *Siaran Pers*, Badan Pengawas Obat dan Makanan, <https://www.pom.go.id/siaran-pers/kepala-bpom-taruna-ikrar-rilis-daftar-kosmetik-yang-dinyatakan-mengandung-bahan-dilarang-atau-berbahaya-di-peredaran-termasuk-di-media-online-periode-november-2023-s-d-oktober-2024>, 4 December 2024.

Dewiadjie, S.A., Gadis Jelita, R.A., dan Parwati, T., 2022, Efek Terapi Penggunaan AHA (Alpha Hydroxy Acid) Sebagai Chemical Exfoliating pada Produk Kosmetik, *Acta Holistica Pharmacia*, 4(1), pp. 7–14.

Dzakiyyah, N.P.H., 2023, *Pengaruh Chemical Exfoliator AHA pada Skincare*, 01(02).

Elizabeth., Pradipta, A.P. & Setiono, D., 2024, Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop, *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(3), pp. 2548–2560.

- Fachruniza, S.F.A., & Dr. Moordiningsih, M.S., 2018, *Hubungan Citra Wajah Dengan Motivasi Menggunakan Skincare Pada Mahasiswa Pengguna Skincare Di Universitas Muhammadiyah Surakarta*. S1. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- FDA, 2024, *Alpha Hydroxy Acids*, FDA, <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetic-ingredients/alpha-hydroxy-acids>, 3 Desember 2024.
- FD&C Act, 2024, *Is It a Cosmetic, a Drug, or Both? (Or Is It Soap?)*, FDA, <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/it-cosmetic-drug-or-both-or-it-soap>, 21 Januari 2025.
- Hafizah, N., Khairinneza, I. & Nasution, A.R., 2024, *Pandangan Masyarakat Terhadap Keamanan Penggunaan Asam Laktat Pada Produk Skincare Untuk Perawatan Kulit*, https://www.researchgate.net/publication/386022519_Pandangan_Masyarakat_Terdapat_Keamanan_Penggunaan_Asam_Laktat_Pada_Produk_Skincare_Untuk_Perawatan_Kulit, 1 Maret 2025.
- 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).
- Hasanah, M., & Jayanti, R., 2024, *Tinjauan Pengaruh Platform E-Commerce Shopee Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah : Studi Kasus di Indonesia*, 3.
- IJRAR, 2022, Chemical Exfoliation: A Handy and Gentle Way to Rejuvenate Your Skin, *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 9(1), pp. 745–749.
- Ikatan Dokter Indonesia, 2012, *Kode Etik Kedokteran Indonesia*, Jakarta: Pengurus Besar Ikatan Dokter Indonesia.
- Irawan, B., Sani, I. & Febrian, W., 2023, *Konsep Dasar E-Business*, Global Eksekutif Teknologi, Padang.
- Karwal, K., & Mukovozov, I., 2023, Topical AHA in Dermatology: Formulations, Mechanisms of Action, Efficacy, and Future Perspectives, *Cosmetics*, 10(5), p. 131.
- Lisawati, P., 2017, Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Menggunakan Metode, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3).

- Meilinda, S., 2022, *Pengawasan BPOM terhadap Peredaran Produk Kosmetika dengan Kandungan Alpha Hydroxy Acids 30% secara Daring*, Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Moleong, L.J., 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi.
- Nawiyah, N., Kaemong, R.C., Ilham, M.A. & Muhammad, F., 2023, Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia terhadap Produk Skin Care Lokal pada Tahun 2022, *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), pp. 1390–1396.
- Noor, M., Malahayati, S., & Nastiti, K., 2023, Formulasi dan Uji Stabilitas Sediaan Toner Wajah Ekstrak Buah Pare (*Momordica charantia* L) sebagai Anti Jerawat dengan Variasi Surfaktan, *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia*, 5(1), pp. 133–145.
- Noval, N., & Malahayati, S., 2021, *Teknologi Penghantaran Obat Terkendali*. OSF, https://osf.io/jfwnp_v1, 10 April 2025.
- Olii, M.R., Pratiknjo, M.H., dan Rumampuk, S., 2020, Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado, *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Patrishia, L., 2019, *Pentingnya Pemilihan Eksfoliator dalam Mengangkat Sel Kulit Mati pada Wajah*, <https://doi.org/10.31227/osf.io/fyj8e>, 28 Januari 2025.
- Pramesti, D.C.S., Siyami, N., dan Arini, A., 2024, Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial), *Prospect : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 39(2), pp. 01–15.
- 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*, 41.
- Rachmah, S.M., 2022, Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo, *International Journal of Social and Management Studies*, 3(4), pp. 82–88.
- Rangkuti, F., 2013, *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama, https://www.google.com/books?hl=en&lr=&id=Q5RnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=strategi+promosi+yang+kreatif+dan+analisis+kasus+integrated+marketing+communication&ots=b8OOtx7x8U&sig=_adxcV92iBDkK KHXBkLgD6reonM, 4 Februari 2025.
- Roosinda, F.W. *et al.*, 2021, *Metode Penelitian Kualitatif*. Zahir Publishing.

Similarweb, 2025, *Top Ecommerce & Shopping Websites Ranking in Indonesia in March 2025*, Similarweb, <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/>, 12 April 2025.

Sugiyono, P.D., 2019, Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan), *Metode Penelitian Pendidikan*, 67, p. 18.

Tang, S.-C., & Yang, J.-H., 2018, Dual Effects of Alpha-Hydroxy Acids on the Skin, *Molecules : A Journal of Synthetic Chemistry and Natural Product Chemistry*, 23(4), p. 863.

Tjiptono, F., 2015, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Turisno, B.E., Aminah dan Hasudungan, G.G., 2016, Perlindungan Konsumen terhadap Iklan yang Menggunakan Kata Superlatif, *Diponegoro Law Review*, 5(2), pp. 1–15.

Utomo, A.R., 2021, *Evaluasi Iklan Produk Kosmetik Dengan Regulasi yang Berlaku Pada Industri Kosmetik di Kabupaten Sleman*. Universitas Gadjah Mada, <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/198045>, 1 Maret 2025.

Widayati, R., 2019, *Penggunaan Tenaga Profesional dalam Iklan Produk Barang dan Jasa Kaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Padang: Center for Open Science, <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ynvz> diakses 9 Juli 2025.

Wulan, S.D., 2024, Manfaat dan Tantangan E-Commerce Dalam Ekonomi Digital di Bidang Bisnis, *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*, 1(1), pp. 42–50.

Wulaningtyas, H.V.R., 2024, Evaluasi Kesesuaian Iklan pada Regulasi: Studi Kasus pada Iklan Produk Pembersih Wajah Alami di E-Marketplace X, *Skripsi*, Fakultas Farmasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.