

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, A., Missouri, R., Sutriawan, F., Fathir, Khairunnas, 2023, Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 120-131.
- Ali, H., Widodo, A., 2022, Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling, dan Public Relation, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796-804.
- Al Hafiz, M.P., 2020, *Tren dan Peluang Industri e-Commerce Indonesia Tahun 2020*, Diakses pada 7 September 2025, dari <https://www.marketeers.com/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-indonesia-tahun-2020/>
- Alwafi, R.M.F., 2025, Peran Trust Dalam Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Online Customer Reviews Terhadap Purchase Decisions Erigo Store, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 3454-3476.
- Alwendi, 2020, Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325.
- Apriani, F., Widayanti, D., Arsyad, M., 2023, Hubungan Penggunaan Sabun Pembersih Kewanitaan Terhadap Kejadian Keputihan pada Mahasiswi Universitas Yarsi dan Tinjauannya Menurut Pandangan Islam, *Junior Medical Journal*, 1(7), 847-861.
- Asih, E.M., 2024, Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia, *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), 73-79.
- Astiti, N.M., 2025, Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Iklan Yang Menyesatkan, *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4(3).
- Belch, G.E., & Belch, M.A., 2012, *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, McGraw Hill Higher Education, Boston.
- Boslaugh, S., Watters, P.A., 2008, *Statistics In A Nutshell*, O'Reilly, New York.
- BPOM, 2020, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pedoman Cara Pembuatan Kosmetika Yang Baik*, 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 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 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, 2024, *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.
- Braun, V., & Clarke, V, 2006, Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Cahya, A.N., Sudiro, A.A., 2024, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Studi Kasus Informasi Flash Sale Menyesatkan Bagi Konsumen), *UNES Law Review*, 6(3), 7839-7849.
- Cholifah, R.D.N., Amelia, P., Azizah, N., 2021, Pemakaian Sabun Antiseptik dengan Kejadian Keputihan, *Midwifery Jurnal Kebidanan*, 7(2), 85-92.
- Dewi, A., Al-Fajri, N., Dwiputranto, W., Salma, N., Rahmawati, V., Nugraha, J., 2024, Iklan E-Commerce dan Preferensi Konsumen: Perspektif Analisis Perilaku Konsumen Digital, *Journal of Governance and Public Administration*, 2(1), 136-145.
- Destiniar, 2017, *Pengembangan Pendidikan Karakter Untuk Meningkatkan Marwah Bangsa, Prosiding Seminar Nasional Pendidikan PGRI 2017*, Pengurus Besar PGRI, Jakarta.
- Dian, Feni, 2016, Pengaruh Testimoni dalam Periklanan, *Jurnal Manajerial*, 15(1), 106-107.
- Direktorat Pengawasan Kosmetik BPOM, 2024, *Laporan Tahunan Tahun 2024 Direktorat Pengawasan Kosmetik*, BPOM, Jakarta.
- Djamil, M.N., Djafar, T.B.M., 2016, Etika Publik Pejabat Negara dalam Penyelenggaraan Pemerintahan yang Bersih, *Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan*, 12(1), 1757-1768.
- Empathanussa, D., Hardiningrum, I., 2023, Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA), *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 69-94.
- Fadhillah, A.D., Hidayati, 2022, Analisis Pengaruh Ulasan Pelanggan, Citra Merk, dan Intensitas Promosi Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Padang Panjang), *Diponegoro Journal of Management*, 11(5).
- Ginting, Z.Z., Evyanto, W., 2025, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee Mall di Kota Batam, *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1572-1585.
- Gustari, L.A., Riswanto, N.K., 2024, Prinsip Dasar dan Etika dalam Penelitian Ilmiah, *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(4), 486-494.
- Habibah, U.N., Nasution, M.I.P., 2024, Pentingnya Data Integrasi dalam Pengembangan Sistem Informasi di Bidang Pendidikan, *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 711-717.
- Hakiki, R., Setiana, A.R.S., 2023, Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat (UPTD Puskesmas) Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya, *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(8).

- Hasna, N., 2025, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Misinformasi Iklan Berbasis Celebrity Endorsement*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Heriyanto, 2018, Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif, *Journal ANUVA*, 2(3), 317-324.
- Holloway, L., & Todres, L., 2003, The status of method: flexibility, consistency and coherence. *Qualitative Research, Sage Journals*, 3(3), 345-357.
- Ishanan, 2020, Iklan Kecantikan dan Diskriminasi terhadap Kulit Hitam (Studi Iklan Rexona Women Whitening), *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 17-28.
- Jumawan, J., Soesanto, E., Cahya, F., Putri, C.A., Permatasari, S.A., Setyakinasti, S., Ottay, M.L., 2024, Pengaruh Online Consumer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee, *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2854-2862.
- KBBI, 2025, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Diakses 7 Desember 2025, dari <https://kbbi.web.id/aman>.
- Kemenperin, 2025, *Kemenperin Gadang Potensi Industri Kosmetik Semakin Gemilang*, Diakses pada 2 September 2025, dari <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-gadang-potensi-industri-kosmetik-semakin-gemilang>
- Khoirunnazilah, Larasati. A., Nadiyah, D.A., Septiyani, D., Adinugraha, H.H., 2021, Dampak E-Commerce terhadap Peningkatan Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Melalui Sicepat Cabang Comal, *Jurnal Ilmu Teknik dan Informatika (TEKNIK)*, 1(2), 83-95.
- Kotler, P., Keller, K., 2016, *Marketing Management*, Pearson Pretice Hall, Edisi 15, New Jersey.
- Lestari, A., 2018, Pengaruh Penggunaan Sabun Pembersih Kewanitaan Terhadap Kesehatan Vagina, *Jurnal Kesehatan*, 10(2), 115.
- Lolok, N., Awaliyah, N., Astuti, W., 2020, Formulasi dan Uji Aktivitas Sediaan Sabun Cair Pembersih Kewanitaan Ekstrak Daun Waru (*Hibiscus tiliaceus*) Terhadap Jamur *Candida albicans*, *Jurnal Mandala Pharmacon Indonesia*, 6(1), 59-80.
- Lukitaningsih, A., 2013, Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Lukmana, L.O., 2025, Analisis Sentimen Terhadap ulasan pengguna Aplikasi Threads Instagram di Playstore Menggunakan Algoritma Naive Bayes, *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 13(2).
- Maharani, 2023, *Pengaruh Online Customer Rview dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee (Studi pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sari*, Skripsi, Universitas Medan Area.
- Melina, S., Sudrartono, T., 2023, E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Distro SPRK.Apparel Bandung, *Jurnal Ilmiah (MEA)*, 7(1), 813-829.

- Mindiyasningrum, M., 2023, Bentuk Perlindungan Hukum Anak terhadap Konten Berbahaya di Media Sosial, *Jurnal Wawasan Pengembangan Pendidikan*, 11(2), 27-33.
- Molfi, I.I., Juliansyah, A.R., Handoko, D., 2025, Etika Iklan Royale Soklin Superlatif di Pasar Berkembang, *Journal of Literature Review*, 1(2), 336-340
- NCBI, 2012, *Interrater reliability: the kappa statistic*, Diakses pada 11 September 2025, dari <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3900052/>
- Oktaviani, R. F., Astuti, P., Wahyukundari, M.A., 2022, Aktivitas antibakteri ekstrak daun sirih merah (*Piper crocatum*) terhadap pertumbuhan *Aggregatibacter actinomycetemcomitans*, *Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Padjajaran*, 34(1).
- Pakaila, J.R., Aydin, R.M., Abbiyya, S.W., 2024, Tren Overclaim dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika Terapan Pada Produk Skincare di Indonesia, *Journal of Social Community*, 9(2), 504-510.
- Pasaribu, Y.R., Prasetyo, T.A., Adillabibi, F., Kristiana, D. and Hafidz, F.N., 2025, Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kondisi Paket terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Layanan JNE di Kota Purwokerto, *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 4(6).
- Piyoh, D.D., Rahayu, A., Dirgantari, P.D., 2024, Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian, *Edunomika*, 8(1), 1-6.
- Pratama, N.P., Sholehudin, A.F.Y., 2019, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan Televisi yang Bermuatan Materi Pornografi Melalui Class Action, *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 11(1), 62-76.
- Puspitasari, W.D., Filda, F., 2021, Pengujian Validasi Isi (Content Validity) Angket Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring Mata Kuliah Matematika Komputasi, *Journal Focus Action of Research Mathematic*, 4(1), 77-90.
- Rahmawati, K., Permana, E., 2025, Analisis Overclaim Marketing dalam Membangun Kepercayaan Konsumen pada Produk Daviena Skincare, *Jurnal Bisnis Ekonomi Syariah dan Pajak*, 2(2), 155-167.
- Rahmawaty, R.A., Azahrah, H., Maharani, Y., Maad, A.M., 2025, Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare di Era Digital: Tinjauan Etika Bisnis dan Hukum Positif, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4b).
- Rahmi, I.W., Nurhikma, E., Budia, E., Ifaya, M., 2017, Formulasi Sabun Pembersih Kewanitaan (Feminine Hygiene) dari Ekstrak Kulit Buah Durian (*Durio zibethinus Murray*), *Jurnal Mandala Pharmacon Indonesia*, 3(2), 80-89.
- Rehatalanit, 2021, *Peran E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis*, Universitas Suryadarma Jakarta, Jakarta.
- Rizka, C., Marsofiyati, 2024, Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen di E-Commerce, *Jurnal Neraca Manajemen*, 12(4).
- Saeahu, Oktarina, Marsellinus, Isnardono, 2023, Ulasan Pelanggan Daring dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Kalangan Mahasiswa FIA Unija, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 22-30.

- Sahrudin, K., Faddil, H.P., Faddila, S.P., 2025, Pengaruh Ulasan Produk dan Rating Pengguna terhadap Keputusan Pembelian di Platform E-Commerce, *Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 1666-1674.
- Sanaky, M.M., Saleh, L.M., Titaley, D., 2021, Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah, *Jurnal Simetrik*, 11(1), 423-439.
- Samaniyah, S., Suri, M., Asyura, F., Meilina, R., Alvionida, F., Kulla, P.D.K., Fitriliana, Astryana, S.Y., Fira, Z., Putri, Z., 2024, Edukasi Efek Samping Penggunaan Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya di SMKN Taman Fajar, *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Kesehatan)*, 6(2), 6-10.
- Santoso, S., 2010, *Statistika Non Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Medika Komputindo, Jakarta.
- Saputra, Wahyu, A.Y., 2014, *Tokoh Tenaga Kesehatan dalam Television Commercials (Analisis Isi Kecenderungan Bentuk Pelanggaran Dalam Penggunaan Tokoh Tenaga Kesehatan di Television Commercials Periode Januari 2009-Desember 2012)*, Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Septiani, R.A.D., Widjojoko, Wardana, D., 2022, Implementasi Program Literasi Membaca 15 Menit Sebelum Belajar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Minat Membaca, *Jurnal Persada*, 5(2), 130-137.
- Setowari, S., 2025, *Evaluasi Kesesuaian Iklan Produk pada Regulasi Periklanan Kosmetika: Studi Kasus pada Iklan Produk Cleansing Balm di E-Commerce Shopee*, Skripsi, Universitas Gadjah Mada.
- Shahaby, A., Setiawan, S.A., 2024, Dampak Penerapan Etika Periklanan Terhadap Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat, *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(3), 234-240.
- Shimp, T.A., 2010, *Promotion Event*, The Dryden Press, South Carolina.
- Siregar, M., Kaffah, W., Febrilia, I., 2018, Pengaruh Bintang Iklan, Kepribadian Merek, dan Karakteristik Produk terhadap Intensi Membeli Garnier Light Complete Versi Chelsea Islan, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 88-104.
- Sitepu, A., 2025, Perlindungan Konsumen Terhadap Klaim Berlebihan Pada Iklan Produk Skincare Body Lotion di Store Daviena Cabang Jalan Delima Kota Pekanbaru, *Jurnal Kritis Studi Hukum*, 10(6), 185-199.
- Statista, 2025, *Cosmetics and Personal Care Market in Indonesia: Topic Overview*, Diakses 5 September 2025, dari <https://www.statista.com/topics/7592/cosmetics-and-personal-care-market-in-indonesia/?srsltid=AfmBOopFeJdva0txVu4lKH7LDWsCb5CJJ4ZqruSdebflS-ouG93axlFd>.
- Subhaktiyasa, P.G., 2024, Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka, *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609, DOI: <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1747>
- Sugiyono, 2022, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sulmayanti, I., Safitri, T., Koriah, S., Saputra, E., 2025, Analisis Diksi dan Gaya Bahasa dalam Iklan Produk Kecantikan di Stasiun Televisi Swasta, *Sastronesia: Jurnal Pendidikan Bahasa*, 13(2), 96-112.

- The Asian Parent, 2025, *Purchases: Digital Mum Survey (DMS) Indonesia Unveils In-Depth Insights on Indonesian Mum Consumers*, Diakses 10 September 2025, dari <https://theparentinc.com/blog/theasianparent-digital-mum-survey-indonesia-2025/>
- Theofanny, Hidayat, N.P., Sheril, A.S., Bekt, Y.H., Handoko, D., 2025, Analisis Pelanggaran Etika Periklanan Studi Kasus Iklan di Instagram Hanasui Versi Serum No.1 di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 206-214.
- Vildayanti, R.A., Sriyanto, A., Hidayat, R.S., Setyarko, Y., 2022, Peran Konten, Testimoni dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Kopi Lima Detik Kemang, di Jakarta), *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 11(2), 168-183.
- Wahyudi, M. A., Rahayu, Y.S., 2025, Peran Media Visual dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Bisnis: Tinjauan Literatur, *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 3(7), 741-746.
- Walangitan, B.Y., Dutolong, L.O.H., Poluan, J.G., 2022, Pengaruh Diskon Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Konsumen Maxim di Kota Manado, *Jurnal EMBA*, 10(4), 511-521.
- Waruwu, M., 2023, Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method), *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Wati, N.K., Imbayani, I.G., Prayoga, I.M., 2023, Pengaruh Iklan, Harga, dan Online Customer Riview Pasa Marketplace Tokopedia di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(1), 161-172.
- Weningsih, E., 2023, Hubungan Penggunaan Sabun Pembersih Kewanitaan Terhadap Kejadian Keputihan (Flour Albus) Pada Remaja Putri Di SMK Pasundan Jatinangor Tahun 2023, *Journal of Midwifery*, 11(2), 354-359.
- Wijoseno, A., Wijastuti, S., Purwanto, A., 2021, Pengaruh Visualisasi Iklan TV Terhadap Keputusan pembelian Makanan “Produk Indofood” Pada Masyarakat Desa Ngreden Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten, *Jurnal Ganeshwara*, 1(2), 1-10.
- Winardi, D.O., Ramadhania, Z.M., 2025, Penerapan Regulasi BPOM dalam Iklan Kosmetik: Upaya Perlindungan Konsumen dari Klaim Tidak Tepat di Jawa Barat, *Jurnal Farmaka*, 23(1), 8-15.
- Writer, S., 2018, *Shopee found to be the most popular e-commerce site for Indonesian mothers*, Diakses pada 5 September 2025, dari <https://www.marketing-interactive.com/shopee-found-to-be-the-most-popular-e-Commerce-site-for-indonesian-mothers>
- Wulan, S., 2024, Manfaat dan Tantangan E-Commerce Dalam Ekonomi Digital di Bidang Bisnis, *Jurnal Seminar Nasional Prosiding Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*, 1(1), 42-50.
- Yulianti, H.V., Masrifah, Hakiki, N., Haryanto, I., Adawiyah, A.R., Saripudin, A., 2024, Aturan Hukum dan Esensial dari Penggunaan Logo sebagai Bentuk

Identitas dan Kesadaran Merek Bagi UMKM di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 637-643.