

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph. (2016). “*Perlindungan Konsumen terhadap Produk Kosmetik Ilegal pada E-Commerce Shopee (Analisis Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)*.”: 1–23.
- Afiannur, R. R., Musa, I. W., Firmansyah, R., & Junaedi, F. (2025). Pelanggaran etika pariwisata Indonesia pada iklan komersial K Natural White dan Buavita di Global TV. *Jurnal Audiens*, 6(2).
- Agung Priyono, S., Prawira, A. Y., & Farida, W. R. (2020). Anatomi Makroskopis dan Analisis Dinamika Profil Darah pada Proses Penyembuhan Luka pada Kulit Landak Jawa (*Hystrix javanica*) (Macroscopic Anatomy and Hematological Changes During... Morphological characteristic of the skin of sunda porcupine View project. *Jurnal Veteriner*, 21(1), 1–13.
- Alfatih, A., (2017), *Pedoman Mudah Melaksanakan Penelitian Deskriptif Kualitatif*, UNSRI PRESS, Palembang.
- Ammah, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian melalui testimoni pada Klinik Kecantikan MS Glow di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1600–1608.
- Arbarini, A. (2015). Pengaruh Penambahan Ekstrak Rimpang Kencur pada Tepung Beras terhadap Sifat Fisik Kosmetik Lulur Tradisional. *Jurnal Tata Rias*, 4(02).
- Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai e-commerce terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), 73–79.
- Avsar, U., Halici, Z., Akpınar, E., Yayla, M., Avsar, U., Harun, U., Hasan, A., & Bayraktutan, Z. (2016). The Effects of Argan Oil in Second-degree Burn Wound Healing in Rats. *Ostomy Wound Management*, 62(3).
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2022). *Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*. Jakarta: BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2024a). *Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*. Jakarta: BPOM RI.

- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). *Laporan Tahunan Ditwaskos Tahun 2024*. Waskos POM.
- Badan Pusat Statistik, (2025), *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*, 2025, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html?year=2025>, 21 Agustus 2025.
- BPOM, (2024d), *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- Cantelli, M., Camela, E., Marasca, C., Fontanella, G., Blasio, C., & Fabbrocini, G. (2021). Topical oil formulation of plant extracts and vitamins as effective treatment for stretch marks and xerosis—An observational longitudinal study. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 20(Suppl. 1), 9–13.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Esfandiary, S., Zamzamiah, D. L., Handani, H. R., Zulfikar, A. D., & Handoko, D. (2025). Penerapan etika periklanan di media sosial Instagram pada brand skincare Glamazing dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(3), 578–586.
- Elfera, S. S., Sugiana, D., Bakti, I., & Bandung, U. P. (2024). Pengaruh iklan live streaming Shopee terhadap keputusan pembelian dimoderasi oleh sikap. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 7, 176–187.
- ESTAS Beauty., 2023, *The Surprising Benefits of Using Oil to Treat Scars*, <https://estasbeauty.com/blogs/scar-skin-care-how-to-take-care-of-scars/the-surprising-benefits-of-using-oil-to-treat-scars>, 2 April 2023.
- FDA. (2024). *Is it a cosmetic, a drug, or both? (Or is it soap?)* U.S. Food and Drug Administration. Indonesia.go.id. (2024). *Pasar kosmetik Indonesia melesat 48 persen, peluang IKM berinovasi*.

- Fauziah, M., & Soniya, F. (2020). Potensi Tanaman Zigzag sebagai Penyembuh Luka. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 2(1), 39–44. <https://doi.org/10.37287/jppp.v2i1.41>
- Febrianty, A. A. A., & Sawitri, D. A. D. (2025). Pelanggaran hak konsumen atas informasi melalui iklan tidak jujur dan pertanggungjawaban pelaku usaha. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12), xx–xx. <https://doi.org/10.62281/...> (Jurnal Media Akademik, e-ISSN: 3031-5220)
- Febryanty, I., & Suryowati, B. (2021). Faktor psikologis dan kepercayaan dalam keputusan pembelian produk kosmetik. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 10(02), 23–31.
- Fu, X., Luo, Q., Li, X., & Li, M. (2018). Advances in the treatment of traumatic scars with laser, intense pulsed light, radiofrequency, and ultrasound. *Burns & Trauma*, 6, 27.
- Gad, H. A., Roberts, A., Hamzi, S. H., Gad, H. A., Touiss, I., Altyar, A. E., Kensara, O. A., & Ashour, M. L. (2021). Jojoba Oil: An Updated Comprehensive Review on Chemistry, Pharmaceutical Uses, and Toxicity. *Polymers*, 13(11).
- Handayani, H., Zahrah, H., Natarina, W. T., & Susilawati, D. (2025). Analisis pelanggaran strategi pemasaran dalam praktik repackaging dan overclaim terhadap keputusan pembelian skincare lokal. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4b), 2299–2309.
- Istiqomah, M., Widara, R. T., Permata, A., & Anjani, M. (2023). Analisis kuantitatif hidrokuinon pada krim pemutih di Kota X menggunakan spektrofotometri UV–Vis. *Journal of Pharmaceutical and Health Research*, 4(3), 356–363.
- Izzah, N. (2025). Analisis pengaruh label halal terhadap minat pembelian produk kosmetik Wardah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Kamilaa, C. S., & Faslahb, R. (2025). Perlindungan konsumen dari iklan kosmetik berbahaya di Indonesia. *Jurnal Kajian Hukum Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 1110–1114. ISSN 3031-8882.
- Kazemi, M., Mohammadifar, M., Aghadavoud, E., Vakili, Z., Aarabi, M. H., & Talaei, S. A. (2020). Deep skin wound healing potential of lavender essential oil and

licorice extract in a nanoemulsion form: Biochemical, histopathological and gene expression evidences. *Journal of Tissue Viability*, 29(2), 116–124.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Krishnappa, M., Abraham, S., Furtado, S. C., Krishnamurthy, S., Rifaya, A., Asiri, Y. I., Chidambaram, K., & Pavadai, P. (2024). An Integrated Computational and Experimental Approach to Formulate Tamanu Oil Bigels as Anti-Scarring Agent. *Pharmaceuticals*, 17, 102.

Kuncoro, Adinda A. P.. (2024). “*Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Penggunaan Kata Overclaim pada Produk Skincare.*”

Kuncoro, A. A. P., & Syamsudin, M. (2024). *Perlindungan konsumen terhadap overclaim produk skincare*. Dalam Prosiding Seminar Hukum Aktual (hal. 73–84). Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia.

Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer (JESIK)*, 2(1). E-ISSN 2502-2148.

Mahdania, A., & Ambarwati, M. D. (2025). Upaya perlindungan hukum konsumen dari iklan obat dan makanan melalui siaran televisi dan radio. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)*, 2(6), 495–506.

Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh iklan, sistem COD, dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop (Studi kasus pada mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT: Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1477–1491.

Maulida, E., Abdi, M. M., & Nofrizal, D. (2025). Tinjauan yuridis dampak overclaim kosmetik terhadap konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2902–2913.

Mayasari, I., & Kurniaty, D. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori dan isu terkini*. Universitas Paramadina. ISBN 978-979-772-064-3.

McHugh M. L. (2012). Interrater reliability: the kappa statistic. *Biochemia medica*, 22(3), 276–282.

- Melnyk, N., Nyczka, A., Piwowarski, J. P., & Granica, S. (2024). Traditional use of chamomile flowers (*Matricariae flos*) in inflammatory-associated skin disorders. *Prospects in Pharmaceutical Sciences*, 22(4), 59–73.
- Mendrofa, S. A., Sari, M. N., Martoyo, A., Putra, F. A., Putri, L. T., Aditi, B., Jufri, Y., Mispandi, S., Sudarsono, S., Indriana, I., Nugraha, J. P., Safitri, C., Amrita, N. D. A. & Mulyodiputro, M. D., (2024), *Manajemen Pemasaran Digital*, CV. Mega Press Nusantara, Sumedang.
- Mohiudin, AK. (2019). Skin care: Formulation and use. *American journal of dermatological research and reviews*. 2 (8).
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ngabito, R.I.P., (2024), Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim, *Law, Development & Justice Review*, 7(3): 284-301.
- Ningsi, S., Nonci, F. Y., & Sam, R. (2015). Formulasi sediaan lulur krim ampas kedelai putih dan ampas kopi arabika. *Jurnal farmasi UIN Alauddin Makassar*, 3(1), 1-4.
- Noor F. R., Syifa M., Oktarina S., Yuono Y., Anggita H. R., Agustin W. & Nurhayati, Ifa. (2024). *Pengaruh Kosmetik Terhadap Kulit dan Zat Aktif Berbahaya Berdasarkan Studi Literatur*.
- Nuraini, S. (2025). *Pemasaran skincare dengan cara overclaim di e-commerce (perspektif fatwa DSN MUI dan undang-undang tentang perlindungan konsumen)* (Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Repository.
- Oargă, D. P., Cornea-Cipcigan, M., Nemes, S. A., & Cordea, M. I. (2025). The Effectiveness of a Topical Rosehip Oil Treatment on Facial Skin Characteristics: A Pilot Study on Wrinkles, UV Spots Reduction, Erythema Mitigation, and Age-Related Signs. *Cosmetics*, 12(3)
- Ogawa, R., Akita, S., Akaishi, S., Aramaki-Hattori, N., Dohi, T., Hayashi, T., Kishi, K., Kono, T., Matsumura, H., Muneuchi, G., Murao, N., Nagao, M., Okabe, K.,

- Shimizu, F., Tosa, M., Tosa, Y., Yamawaki, S., Ansai, S., Inazu, N., Kamo, T., ... Kuribayashi, S. (2019). Diagnosis and Treatment of Keloids and Hypertrophic Scars-Japan Scar Workshop Consensus Document 2018. *Burns & trauma*, 7, 39.
- Palupi, M. D., & Prastyanti, R. A. (2025). Tinjauan hukum terhadap platform e-commerce dalam menanggulangi iklan menyesatkan pada produk kosmetik. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 9(5). Risky T. N. S., dan Satino. 2024. "Perlindungan Konsumen Terkait Praktik Pemasaran Yang Menyesatkan Melalui Media Digital Di Indonesia (Studi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)." *Jurnal Interpretasi Hukum* 5(3): 1171–80.
- Patil, K., Sanjay, C. J., Doggalli, N., Devi, K. R. R., & Harshitha, N. (2022). A Review of Calendula Officinalis- Magic in Science. *International Journal of Pharmaceutical Science & Research*, 5(3).
- Poljšak N, Kreft S, Kočevar Glavač N (2020). Vegetable butters and oils in skin wound healing: Scientific evidence for new opportunities in dermatology. *Phytother Res.* 34(2):254-269. doi: 10.1002/ptr.6524. Epub 2019 Oct 27. PMID: 31657094.
- Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*.
- Prawiroharjo, Pukovisa & Dianita, Putri. (2017). Dokter Beriklan: Sebuah Tinjauan Menurut Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI) Tahun 2012. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 1. 13. 10.26880/jeki.v1i1.4.
- Purnamasari, L. S., Sutanto, A. H., Angelita, K., & Setyarini, N. M. A. (2022). Relasi konsumen dengan produk kecantikan serta pengaruhnya terhadap purchase intention. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(4), 2874–2881.
- Putra, A.A., N. Parining., I.D. Yudhari. (2016). Bauran Pemasaran Lulur di UD. Sekar Jagat Denpasar. *E-Journal Agribisnis dan Agrowisa*. 2:5(1):1–8
- Putri, A. P., dan S. S. Alamiyah. (2022). "Studi Deskriptif Kualitatif: Motivasi Melakukan Public Display Affection Pada Pengguna Media Sosial Tiktok." *Jurnal Signal* 10(1):23.

- Putri, G. N., J. J. Gilalo, and R. Djuniarsono. (2024). "Analisis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pengiklanan Produk Berbahaya Oleh Influencer." *Karimah Tauhid* 3(4): 4929–46.
- Rahayu, M. P., Zahrah, H., Rahman, A. Z., & Nurhasanah, S. K. (2025). Eksploitasi kredibilitas profesi dalam pemasaran dan pelanggaran etika bisnis pada produk skincare. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 4231–4245.
- Rahman, A. K. (2017), Gambaran Iklan Pengobatan Alternatif di Televisi dan Website: Studi Deskriptif dan Content Analysis. *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada.
- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.
- Reinke, J. M., & Sorg, H. (2012). Wound repair and regeneration. *European surgical research. Europaische chirurgische Forschung. Recherches chirurgicales europeennes*, 49(1), 35–43.
- Ripah K. (2011). Penerapan E-Commerce dalam Menunjang Strategi Bisnis Perusahaan Kasus di PT. Cheil Jedang Superfeed (CJS), *Makalah*, Program Pasca Sarjana Manajemen dan Bisnis ITB, Bogor, hlm. 3.
- Sakkaravarthi, V. (2022). History of soap. *Cosmoderma*. 2. 133. 10.25259/CSDM_152_2022.
- Sawitri, R., & Meiriza, A. (2023). Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1), 33–44.
- Shimp, T. A., (2013), *Advertising, Promotion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication*, South-Western Cengage Learning, China.
- Siregar, H., Zebua, Y., & Arjuna, S. (2025). Pengaruh promosi gratis ongkos kirim, iklan, dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian ditinjau dari platform Shopee dan TikTok. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 190–203.
- Statista, (2025), Beauty & Personal Care - Indonesia, <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia?srsItd=AfmBOorSNZ7tsTB0VoZAZd2payd-V8D-rwNBv0PyGVocQ0cNSWTMYa68>, 21 Agustus 2025.

- Sugeng, Bambang et al. (2025). "In the Context of Consumer Protection Law , E-Commerce and Its Settlement : Lesson from Indonesia , Malaysia , and European Union." 3576: 379–97.
- Sugiyono., (2023), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung. Alfabeta.
- Theofanny, Hidayat, N. P., Seafi, S. A., Bkti, 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.
- Tranggono, R. I., & Latifah, F., (2007), *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tranggono, R. I. dan Latifah, F., (2018), *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik edisi kedua*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Waluyo, D., (2024), *Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen*, Peluang IKM Berinovasi, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1>, 21 Agustus 2025.