

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y., 2008, Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Apriliana, N.S., Utomo, E.N., 2019, Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri, *Jurnal Komunikasi*, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia.
- Avoskin, 2020, *Avoskin*, <https://www.avoskinbeauty.com/id/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.
- Azmi, M., 2018, *Testimoni Iklan Pengobatan Tradisional Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Perlindungan Konsumen pada Klinik Pengobatan Alternatif di Banda Aceh)*, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, Indonesia.
- BPOM, 2020, *Daftar Sarana Kosmetika*, <https://cekbpom.pom.go.id/index.php/home/sarana/mp4bd6288k0fvfrnc0k1opij62/12/row/10/page/1/order/8/ASC/search/2/sleman>, diakses pada tanggal 25 April 2020.
- BeautySky, 2020, *BeautySky Store*, <https://shopee.co.id/kliksbeauty>, diakses pada tanggal 21 April 2020.
- Giatno, 2015, Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Batik di Batik Putra Laweyan, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Hendryadi, 2017, Validitas Isi : Tahap Awal Pengembangan Kuisioner, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Attahiriyah, Jakarta, Indonesia.

- Kemenperin, 2018, *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*, <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-NasionalTumbuh-20>, Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, Jakarta.
- Kotler, P., Armstrong, G., 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13- Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lacoco, 2020, *Lacoco En Nature*, <https://www.lacoco.co.id/id/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.
- Larissa, 2020, *Larissa Aesthetic Center*, <https://larissa.co.id/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.
- Lukitaningsih, A., 2013, Iklan yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.
- Mamutta Skin Care, 2017, *Mamutta Skin Care*, <http://www.mamuttaskincare.com/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.
- Marhaeni, D.K., 2020, Representasi Anak-anak Dalam Tayangan Iklan Komersial di Media, *Jurnal Ilmiah Komunikasi "MAKNA"*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.
- Mukhtar, 2013, *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*, GP Press Group, Jakarta.
- Permenkes, 1994, *Pedoman Periklanan : Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga dan Makanan-Minuman*, Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Permenkes, 2010, *Izin Produk Kosmetika*, Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.

PKBPOM, 2016, *Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika*, Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, Jakarta.

Prakarsa, A.C., 2019, Peran KPI Dalam Menyikapi Kasus Pelanggaran Iklan di Televisi Tentang Norma Kesopanan dan Kesusilaan Serta Perlindungan Anak, *Tugas Ujian Akhir Semester Etika dan Regulasi Media*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Al-Azhar, Indonesia.

Pratiwi, D.P.E., 2015, Pelanggaran Sendi-Sendi Gaya Bahasa Pada Iklan TV, *RETORIKA : Jurnal Ilmu Bahasa*, 1(1), pp. 81-93. doi: 10.22225/jr.1.1.14.81-93.

Raharni, Supardi, S., Herman, M.J., Sasanti, R., Susyanti, A.L., 2014, Assesment of The Cosmetic Advertising Policy in Indonesia : “The Central and Local Government Authority”, *Jurnal Kesehatan*, Pusat Teknologi dan Intervensi Kesehatan Masyarakat, Jakarta, Indonesia.

Shopee, 2020, *Shopee Indonesia*, <https://shopee.co.id/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.

Skinmate, 2020, *SKINMATE*, <https://skinmate.ph/>, diakses pada tanggal 21 April 2020.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke-10, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2016, *metode Penelititan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, PT. Alfabet, Bandung.

Sumasari, Y. J., 2014, Analisis Wacana Iklan Kosmetik di Media Televisi, *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Jambi.

Tranggono, R.I., Latifah, F., 2007, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Terence, A.S., 2000, *Advertising Promotion: Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications*, Fifth Edition, Harcourt Inc., United States of America.

Tjiptono, F., 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Penerbit Andi, Yogyakarta.

World Health Organization, 2011, *Mercury in Skin Lightening Products*, Public Health and Environment, Switzerland : WHO.

Widayati, R., 2019, Penggunaan Tenaga Profesional Dalam Iklan Produk Barang dan Jasa Kaitannya Dengan Perlindungan Kpnsumen, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, Indonesia.

Widhiarso, W., 2011, *Melibatkan Rater Dalam Pengembangan Alat Ukur*, Fakultas Psikologi, Univertas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia.

Youfoskincarenatural, 2020, *YOUFO Skincare Natural*, <https://www.instagram.com/youfoskincarenatural/?hl=id>, diakses pada tanggal 21 April 2020.

Yudoko, K., 2015, Rekayasa Visual Iklan Kosmetik, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Institut Seni Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta.