

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2019). Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya, dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pemilihan Kosmetik. *Universitas Muhammadiyah Purworejo*, 87(1,2), 149–200.
- Afizo, Aziz, A., & Jaelani, A. (2021). Analisis Daya Beli Masyarakat Kampung Sawah di Era Covid-19. *Jurnal Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 12(1).
- Ajeng, R., Medina, A., & Kunci, K. (2019). *Primer Penduduk Kecamatan Bogor Tengah*.
- Akhtar, A., Kazi, T. G., Afridi, H. I., & Khan, M. (2022). Human exposure to toxic elements through facial cosmetic products: Dermal risk assessment. *Regulatory Toxicology and Pharmacology*, 131, 105145. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.yrtph.2022.105145>
- Al-Sarraf, A., Bewley, A., De Luca, I., Prilutskaya, M., & Corazza, O. (2021). Image enhancing drugs: A narrative review on the motivational risk factors influencing skin lightening use. *Emerging Trends in Drugs, Addictions, and Health*, 1, 100009. <https://doi.org/10.1016/j.etdah.2021.100009>
- Alqadami, A. A., Naushad, M., Abdalla, M. A., Khan, M. R., Alothman, Z. A., Wabaidur, S. M., & Ghfar, A. A. (2017). Determination of heavy metals in skin-whitening cosmetics using microwave digestion and inductively coupled plasma atomic emission spectrometry. *IET Nanobiotechnology*, 11(5), 597–603. <https://doi.org/10.1049/iet-nbt.2016.0212>
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). Faktor Berhubungan Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Skincare. *Diponegoro Journal of Kesehatan*, 9(4), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/29050>
- Andriyani, N. J. (2022). Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja. *Jl. Semolowaru*, 17(45).
- Antari, K. R. M., Dunia, K., & Indrayani², L. (2018). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. 11.
- Ashari, A. A., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Teman Sebaya Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lip Cream The Influence of Peer Group and Social Media on Purchase Decision of Lip Cream Product. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(02), 170–182.

<https://www.jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/2609/2220>

- Ayuni, A., Suharso, P., & Sukidin, S. (2019). Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 58. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10421>
- Azizah, F., Samhudi, A., & Wicaksono, T. (2021). *Pengaruh Jarak, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Y.O.U di Toko Nurul Martapura*. 05(3), 1–14.
- Bagas Aji Pamungkas, S. Z., & Zuhroh, S. (2018). 106806-ID-pengaruh-promosi-di-media-sosial-dan-wor. *Komunkasi*, 10(02), 145–160.
- Bazaruddin, Zahroh Shaluhiah, L. W. (2019). Determinants of Use of Illegal Skin Care Cosmetics as Triggers Risk of Skin Cancer in Young Women in Nganjuk City. *The International Journal of Health, Education and Social (IJHES), The Intern*(August), 15–24.
- B POM. (2022). *Laporan Tahunan Balai Besar POM di Makassar*. 021(133), 1–233.
- Cahyano, E., Darsini, & Fahrurozi. (2019). Konsep Pengetahuan. *Keperawatan*, 12(1), 95–107.
- Chantya, A. (2022). 2022 THE IMPACT BETWEEN BEAUTY INFLUENCER CREDIBILITY AND BUYING INTEREST MEDIATED BY BRAND IMAGE (STUDY ON MS GLOW). 27(1), 38–44.
- Dewi Silvia, N. S. (2021). HAKIKAT MANUSIA: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama. *Jurnal Poinir LPPM*, 7(1), 210–219.
- Fadila, I., Minerva, P., & Astuti, M. (2020). Hubungan Pengetahuan Kosmetika Dengan Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Siswa Kelas XI Jurusan Tata Kecantikan Smk Negeri 7 Padang. *Jurnal Tata Rias Dan Kecantikan*, 1(2). <http://jitrk.ppj.unp.ac.id/index.php/jitrk> Vol.
- Fitriana, B. (2017). Pengaruh usia, pendidikan, pendapatan, faktor sosial, budaya, pribadi, dan motivasi terhadap persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah jakarta barat. *Skripsi*, 32–50. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/29787/1/BE NITA FITRIANA-FST.pdf>
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga,

Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1.

Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>

Habibah, U. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. 1(1), 31–48.

Hendriyani, I., Nurbaety, B., Fitriana, Y., & Tri, E. (2023). *Analisis Kandungan Hidrokuinon dalam Krim Wajah yang Beredar di Klinik Kecantikan di Kota Mataram*. 4(1), 55–60.

Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah melalui Media Sosial pada salah satu Universitas Di Karawang Jawa Barat. *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), 202–211. <https://doi.org/10.23917/pharmacon.v19i2.19261>

Houser, M. (2016). Why teens today wear the brands they wear and how this is affected by reference groups. *Marketing Undergraduate Honors Theses*, 12(32), 1–35.

Hubbard, G., Kyle, R. G., Neal, R. D., Marmara, V., Wang, Z., & Dombrowski, S. U. (2018). Promoting sunscreen use and skin self-examination to improve early detection and prevent skin cancer: Quasi-experimental trial of an adolescent psycho-educational intervention. *BMC Public Health*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5570-y>

Indriaty, S., Hidayati, N. R., & Bachtiar, A. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Surya Masyarakat*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.26714/jsm.1.1.2018.8-11>

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

Jusuf, J. B. K., & Raharja, A. T. (2019). Tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa program studi pendidikan olahraga Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur terhadap permainan tonnis. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 15(2), 70–79. <https://doi.org/10.21831/jpji.v15i2.28301>

- Karuniawaty, A. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Kosmetika dengan Perilaku Menghindari Kosmetika yang Mengandung Rhodamin-B. *Jurnal Tata Rias*, 11(2), 1–12. <https://doi.org/10.21009/11.2.1.2009>
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, Philip, Keller, & Kevine, L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kussudyarsana, K., & Rejeki, L. (2020). Pengaruh Media Sosial Online Dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare Dan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i1.10701>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik the Body Shop Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442–456.
- 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.
- Mardison, S., & Suhaida, P. (2021). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Konsep Diri Siswa Kelas VIII di MTsN Lembah Gumanti Kabupaten Solok. *Advanced Sampling Methods*, 37–53. https://doi.org/10.1007/978-981-16-0622-9_3
- Mohammed, T., Mohammed, E., & Bascombe, S. (2017). The Evaluation of Total Mercury and Arsenic in Skin Bleaching Creams Commonly used in Trinidad and Tobago and their Potential Risk to the People of the Caribbean. *Journal of Public Health Research*, 6(3), jphr.2017.1097. <https://doi.org/10.4081/jphr.2017.1097>
- Muangsal. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian , Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol. 4, No. 12ahasiahidup-sehat-tanpa-obat. (22 Oktober 2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2, 25–39.
- Nahai, F., & Miotto, G. C. (2022). Soft tissue assessment, optimization, and planning. In *Aesthetic Surgery of the Facial Skeleton* (pp. 354–362). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-48410-7.00043-5>

- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi: 59, 59, 290572*. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- NI'MAH, S. I. (2021). Peredaran Kosmetik Tanpa Izin Edar dalam Perspektif Islam. *Https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/*. <http://repository.uin-suska.ac.id/9897/>
- Ningsih, A., & Nurlela, L. (2019). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BB CREAM UNTUK PENAMPILAN DIRI Amina Ningsih Luthfiyah Nurlaela Pendidikan Kesejahteraan Keluarga , Fakultas Teknik , Universitas Negeri Surabaya. 05, 1–6*.
- Notoadmodjo, S. (2014). *Imu Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nova, Nur Chotimah, A. K. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Kalangan Mahasiwi Ikip Muhammadiyah Maumere. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 3(03), 74–81*. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/622>
- Nurhan, A. D., Mu'afa P., T., Rizki W., N., Zuhrufi A., E., Putri, G. A., Firdaus, M. H., Lutfia A., A., Chandra C., E., Mayda P., V., Putri A., A., Peristiwaningrum, A., & Yulia, R. (2017). Pengetahuan Ibu-Ibu Mengenai Kosmetik Yang Aman Dan Bebas Dari Kandungan Bahan Kimia Berbahaya. *Jurnal Farmasi Komunitas, 4(1), 122–126*.
- Nurhayati, N. (2019). BELANJA “ONLINE” SEBAGAI CARA BELANJA DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh). *Aceh Anthropological Journal, 1(1), 1*. <https://doi.org/10.29103/aaj.v1i2.1140>
- Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal. *Among Makarti, 10(1), 19–34*. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.144>
- Octaviani, L. (2020). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya, Volume 04(09040564205), 1–6*.
- Olivia, G. (2021). Analysis of Consumer Purchase Behavior of Non-Authorized (Non Bpom) Face Mask in Indonesia Local Product. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs, 3(9), 67–90*. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39006>
- Osei, M., Ali, M., Owusu, A., & Baiden, F. (2018). Skin-lightening practices among female high school students in Ghana. *Public Health, 155, 81–*

87. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2017.11.016>

- Osiska, D., Leonita, R., & Sulaeman, E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat) Universitas Singaperbangsa Karawang PENDAHULUAN Pada saat ini dunia industri ko.* 9(4), 107–115.
- Purnamasari, N. (2019). Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam lain Bengkulu. *Fakultas Ekonomi Bisnis IAIN Bengkulu*, 561(3), S2–S3.
- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 19. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22570>
- Putri, I. P. (2017). Pengaruh Harga Beli, Pendapatan Konsumen, Usia, Status dan Jarak Tempuh Terhadap Pilihan Konsumen Membeli Sepeda Motor (Studi Kasus: Dua Desa di Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Putri Jelita, Friska Apriliana, V. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Al-Multazim Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 68–79. <http://repository.unwidha.ac.id/id/eprint/2083%0Ahttp://repository.unwidha.ac.id/2083/1/FIX.pdf>
- Putri, S. (2022). *Pengaruh kualitas produk skincare somethinc dan kualitas pelayanan pada store its'gorgeous.co pekanbaru terhadap keputusan pembelian ditinjau dari ekonomi syariah.*
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 130.
- Sari, I. A., Hamiyati, H., & Rasha, R. (2019). Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja Putri. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 6(01), 1–8. <https://doi.org/10.21009/jkkp.061.01>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.10(N0.4), 320–330.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43797>

- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Suak, S. A., Tombuku, J. L., Tiwow, G. A., & Sangande, F. (2022). Identifikasi Kandungan Hidrokuinon Pada Kosmetik Pemutih Yang Beredar di Pasar Kota Tomohon Menggunakan Metode Kromatografi Lapis Tipis (KLT). *Majalah INFO Sains*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.55724/jis.v3i1.48>
- Sukarini, L. P. (2018). Hubungan Pengetahuan Dengan Sikap Ibu Hamil Tentang Buku KIA. *Jurnal Genta Kebidanan*, 6(2). <https://doi.org/10.36049/jgk.v6i2.95>
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif Mahasiswa Jurusan Pips Fkip Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1.414>
- Suryani, D., & Apriani, D. (2022). Faktor-Faktor Penentu dalam Pemilihan Kosmetik Aman Non Merkuri. *Preventia: The Indonesian Journal of Public Health*, 7(2), 46. <https://doi.org/10.17977/um044v7i22022p46-54>
- Syauki, W. R., & Amalia Avina, D. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.25719>
- Truswell, W. H. (2020). Prescription Skin Care Products and Skin Rejuvenation. *Facial Plastic Surgery Clinics of North America*, 28(1), 59–65. <https://doi.org/10.1016/j.fsc.2019.09.005>
- Utama, S. P., Sari, R. K., & Mahardhani, A. S. (2021). Produk Kosmetik Palsu: Minat Pembelian Berdasarkan Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 191–199. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.377>
- Valentin, I. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.
- Yosse, F., & Wuisan, D. S. S. (2021). Pengaruh Information Quality, Social Psychological Distance, Sense of Power dan Trust terhadap

Consumer Purchase Intentions pada Social Commerce (Studi Kasus: TikTok). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 43–52.

Yugatama, A. (2019). Analisis Kandungan Timbal dalam Beberapa Sediaan Kosmetik yang Beredar di Kota Surakarta. *JPSCR: Journal of Pharmaceutical Science and Clinical Research*, 4(1), 52. <https://doi.org/10.20961/jpscr.v4i1.28948>

Yusuf, N., Wahyu, A., & Habo, H. (2019). Pengaruh Penggunaan Kosmetik (Whitening Cream) Terhadap Kadar Merkuri (Hg) Pada Perawat Magang Program Studi Profesi Ners Universitas Muslim Indonesia. *Window of Health: Jurnal Kesehatan*, 2(3), 206–217. <https://doi.org/10.33368/woh.v0i0.170>