

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, M. (2018). Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perawatan Wajah [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
- Agustina, L., Shoviantari, F., & Yulianti, N. (2020). Penyuluhan Kosmetik yang Aman dan Notifikasi Kosmetik. *Journal of Community Engagement and Employment*, 2(1), 45 - 49. <https://ojs.iik.ac.id/index.php/JCEE/article/view/362>. Diakses 18 Maret 2023
- Amalia, S. (2018). Hubungan Lingkungan Mahasiswa Pendidikan Vokasional Konstruksi Bangunan dengan Perilaku Perawatan Kulit Wajah Secara Lengkap[skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Daerah Istimewa Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anggini, P. E. (2017). Hubungan Lingkungan Sosial Dengan Gaya Hidup Wanita Dewasa Dalam Mewarnai Rambut [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Anwar, Y., & Adang. (2013). *Sosiologi untuk Universitas*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). (2022).
- Chintany, K. S. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Remaja Putri Dalam Perawatan Wajah Berjerawat [skripsi]. Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
- Cross, M. (2013). *Social Media Security*. Ed ke-1. United Stated of Amerika: Syngress.
- Endang, H. (2013). Kemampuan Dalam Memilih Produk Kosmetik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Siswi Di Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Tambang, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Fitriani, H. S.(2020). Tingkat Pengetahuan dan Perilaku Mahasiswi Mengenai Legalitas dan Keamanan Kosmetik[skripsi]. Fakultas Farmasi, Universitas Bhakti Kencana.
- Hartati Wijono dkk. (2004). A to Z Budidaya Biota Akuatik untuk Pangan dan Kosmetik. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hartini, H., Ramaditya, M., Irwansyah, R., Putri, D. E., Ramadhani, I., Wijiharta, W., ... & Farida, N. (2021). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Herimanto dan Winarno. (2008). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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), 203 - 212. <https://journals.ums.ac.id/index.php/harmacon/article/view/19261>. Diakses 25 Februari 2023
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. Ed ke-15. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lette, R., Arman, Paulus, Y., Aysanti, & Making, B., Vinsensius. (2019). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT Kanisius.
- Muliyawan, D., & Suriana, N. (2013). *A - Z tentang Kosmetik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Notoatmodjo. (2007). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Pratiwi, R. Z. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 134 - 143. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN/article/view/785>. Diakses 18 Oktober 2022
- Putri, M. (2021). *Talk Show: Cara Cerdas Memilih Kosmetik Yang Aman*. *Edukasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 23 - 28. <http://journal.ukrim.ac.id/index.php/Epmas/article/view/249>. Diakses 9 Februari 2023
- Putri, N. D. (2019). Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah. *Jurnal Tata Rias*, 9(2), 22-31. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jtr/article/view/13219>. Diakses 9 Februari 2023
- Pratika, D. (2021). Pengaruh Advertising, Perceived Value, dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah [skripsi]. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmawati, Intan. (2022). *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rostamailis. (2005). *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana yang Serasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ryan Saputri, A. N., Luthviatin, N., & Ririanty, M. (2016). Perilaku Pemasaran Kosmetik Yang Mengandung Bahan Tidak Aman Di Kalangan Mahasiswa Ilmu-Ilmu Kesehatan Universitas Jember. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Jember.
- Saleh, A., Adnan. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.

- Santy, R. D. (2018). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Faktor Kepribadian Konsumen Dengan Menggunakan Trait The Big Five Personality. In *Proceeding from JBPTUNIKOMPP*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>. Diakses 10 November 2023
- Santrock, John W. (2012). *Remaja (Adolescence)*. Jakarta: Erlangga
- Sofyan, S. V. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Handbody Lotion Dosis Tinggi [skripsi]. Semarang: Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2022). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2014). *Buku Pegangan Dasar Kosmetologi*. Jakarta: Sagung Seto.
- Tutiasri, R. P. (2016). Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok. *Jurnal Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*, 4(1), 81-90. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/4208>. Diakses 15 Juni 2023
- ZAP Beauty Index (2019). ZAP Beauty Index- Agustus 2019. Diunduh melalui <http://zapclinic.com/zapbeautyindex>.