

DAFTAR PUSTAKA

- Anbiya, M. S. (2024, Oktober 15). *Tren Kecantikan Dorong Lonjakan Notifikasi Kosmetik Indonesia*. Retrieved from [data.goodstats.id: https://data.goodstats.id/statistic/tren-kecantikan-dorong-lonjakan-notifikasi-kosmetik-indonesia-g3FUS](https://data.goodstats.id/statistic/tren-kecantikan-dorong-lonjakan-notifikasi-kosmetik-indonesia-g3FUS)
- Cindy, M. A. (2023, September 01). *10 Aplikasi Paling Banyak Diunduh Secara Global 2022, TikTok Teratas*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/09/01/10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-secara-global-2022-tiktok-teratas](https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/09/01/10-aplikasi-paling-banyak-diunduh-secara-global-2022-tiktok-teratas)
- Cindy, M. A. (2023, November 22). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e648305dc6f6b0f/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia](https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e648305dc6f6b0f/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia)
- CNN, I. (2022, Desember 21). *Kominfo Rilis IMD 2022. Mayoritas Wilayah Indonesia Masih Gaptেক*. Retrieved from [CNN Indonesia: https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221221130010-185-890227/kominfo-rilis-imd-2022-mayoritas-wilayah-indonesia-masih-gaptেক](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221221130010-185-890227/kominfo-rilis-imd-2022-mayoritas-wilayah-indonesia-masih-gaptেক)
- Creswell. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Dwi, W. (2023, Desember 3). *Fenomena Cantik Industri Kosmetik*. Retrieved from [Indonesia.go.id: https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1](https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7804/fenomena-cantik-industri-kosmetik?lang=1)
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Ilker, E. (2016). Comparison Of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *Journal of Theoretical and Applied Statistics*.
- Irwanto, & Laurensia, R. H. (2020). Penggunaan *Skincare* Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi Vol.11, No. 2*, 119-28.
- Khulaliharsya. (2025). Comprehensive Study Of *Overclaim Skincare* Products (Legal And Health Perspectives). *Edunomika Vol. 09 No. 01*.
- Krippendorff, K. (2004). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Citra Niaga Rajawali Pers.

- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (3rd ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Mae. (2024, April 12). *Wow! Warga RI Habiskan Rp 2 Triliun Buat Beli Skin Care & Make Up*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240412142617-128-529966/wow-warga-ri-habiskan-rp-2-triliun-buat-beli-skin-care-make-up>
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial perspektif komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skena Konseptual Yang Faktual. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin Elektro Dan Ilmu Komputer*.
- Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.
- Ramli, A. L., Hisyam, M., Mahfuza, A., & Amira, A. (2023). Pengaruh *Overclaim* Produk, Kesadaran Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk *Skincare* Skintific Pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Universitas Riau Kepulauan. *Bening: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12-25.
- Riyanto, A. D. (2025, Februari 28). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. E. (2003). *Advertising: Principles and Practice, 6th edition*. Prentice Hall.