

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- A.Z Nasution. (1995). *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Badan POM. “Tugas Utama Bpom” <https://www.pom.go.id/new/view/direct/job> diunduh 26 Maret 2020.
- Badan POM. “Fungsi Bpom” <https://www.pom.go.id/new/view/direct/function> diunduh 26 Maret 2020.
- Badan POM. “Kewenangan Bpom” <https://www.pom.go.id/new/view/direct/role> diunduh 26 Maret 2020.
- Dewi Irmati. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis (5)*, hlm. 104.
- Didi Achjari. Potensi Manfaat Dan Problem Di E-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia 15(3)*, hlm. 388-395.
- Djojodirdjo, Moegni. (1979). *Perbuatan Melawan Hukum*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Hidayat, Agung. “Daya Beli Lesu, Bisnis Kino Turun 13% di Q3 2017” <https://industri.kontan.co.id/news/daya-beli-lesu-bisnis-kino-turun-13-di-q3-2017>, diunduh 16 November 2017.
- Ibrahim, Johnny. (2005). *Teori dan Metodologi Penelitian hukum Normatif*. Surabaya: Bayumedia Publishing.
- Indriaty, Sulistorini, Nur Rahmi Hidayati dan Arsyad Bachtiar. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon. *Jurnal Surya Masyarakat, 1(1)*, hlm.9.
- Investor Daily, “Bpom Temukan 1,25 Juta Produk Kosmetik Ilegal” <https://www.beritasatu.com/ekonomi/463975/ekonomi/463975-bpom-temukan-125-juta-produk-kosmetik-ilegal>, diunduh 16 November 2017.
- Izazi, Razan. “Ini 7 Ciri-ciri Kosmetik Berbahaya Yang Wajib Kamu Tahu dan Hindari” <https://review.bukalapak.com/beauty/ciri-ciri-kosmetik-berbahaya-103162> diunduh 10 Maret 2019.
- Indonesia C.C. (2016) *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia 2010– 2015*. Jakarta: PT. Citra Cendikia Indonesia.

Bethesda, Jesseyca Mellyati. (2017). Pengawasan Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Terhadap Peredaran Produk Kosmetik ilegal di Kota Serang dan Makanan Indonesia, *Jurnal Manajemen Publik*.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, “Industri Kosmetik Tumbuh 20%” <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20> diunduh 20 Maret 2018.

Miru, Ahmadi. (2017). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2017.

Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Mtarget, “Perkembangan E-commerce di Indonesia” <https://blog.mtarget.co/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>, diunduh 25 Maret 2019.

Nurhan, Ahmad Dzulfikri, Taqiuddin Mu’afa P. (2019). Pengetahuan Ibu-Ibu Mengenai Kosmetik Yang Aman dan Bebas dari Kandungan Bahan Kimia Berbahaya, *Jurnal Niagawan 8(1)*.

Praditya, Diaz. “Prediksi Perkembangan Industri E-commerce Indonesia pada Tahun 2022” <https://id.techinasia.com/prediksi-ecommerce-indonesia>, diunduh 13 Februari 2019.

Shidarta. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

Shofia, Maya dan Tasya Paramitha, Menelusuri Sejarah Panjang Kosmetik <https://www.viva.co.id/arsip/404146-menelusuri-sejarah-panjang-kosmetik>, diunduh 10 April 2013.

Susilawati, Desy “Begini Tantangan Industri Kosmetik Indonesia” <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/cantik/16/06/25/o9b671384-begini-tantangan-industri-kosmetik-indonesia>, diunduh 25 Juni 2016.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. (2009). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Press.

Shofia, Maya dan Tasya Paramitha, Menelusuri Sejarah Panjang Kosmetik <https://www.viva.co.id/arsip/404146-menelusuri-sejarah-panjang-kosmetik>, diunduh 10 April 2013.

Setyorini, Tantri. “Wajib dicoba Tips Perawatan Tubuh Warisan Cleopatra” <https://www.merdeka.com/gaya/wajib-dicoba-tips-perawatan-tubuh-warisan-cleopatra.html> diunduh 04 November 2018.

Raharjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.

Rahayu, Yulianita dan Indri Ferdiani Suarna. (2017). Analisis Kesadaran dan Loyalitas Merek Kosmetik Herborist. *Jurnal Ekubis* 2(1), hlm. 185.

Rumuat, Elfaene. (2014). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Penyebaran Kosmetik Palsu. *Jurnal Lex et Societatis* 2(6).

Tsalis Aninisa, “Semakin Berkembang, Ini Potensi E-commerce di Indonesia”  
<https://www.ekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-e-commerce-di-indonesia>, diunduh 18 Maret 2020.

Tranggono, Dr. Retno Iswari, dan Dra. Fatma Latifah. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wasitaadmadja, Syarif Muhammad. (1997). *Penuntun Ilmu Kosmetik Medic*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Wicaksono Febriantoro. (2018). Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajerial* 3(5) hlm. 185.

Widuri Endah, T. (2011). Perempuan Dalam Iklan (Analisis Isi Tentang Gambaran Eksploitasi Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Periode Tahun 2008-2009. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 1(1), hlm. 45.