

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agustinus Sihombing, at all "Hukum Perlindungan Konsumen", (Sumatra Barat: Cv. Azka Pustaka. 2023) Hal 2-3.
- Ahmadi Miru, "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia" (Depok: Raja Grafindo, 2017),
- Az.Nasution, "Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar", (Jakarta: Diadit Media, 2001),
- Bahder Johan Nasution, "Metode Penelitian Ilmu Hukum" 1st Ed. (Bandung: Mandar Maju, 2008).
- B POM RI, "Pedoman Teknis Pengawasan Periklanan Kosmetika", Jakarta: Direktorat Pengawasan Kosmetika, 2019
- C.S.T. Kansil, "Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia", (Balai Pustaka, Jakarta: 1980)
- Dedi Harianto, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menesatkan, Ghalia Indonesia", Bogor, 2010
- Feti Fatonah et al., "Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan" (2024)
- Irwansyah, "Penelitian Hukum Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel" (Yogyakarta: Mitra Buana Medua, 2021).
- Jannus Sibadolok, "Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia", (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti, 2010)
- Mariam Darus Badruzaman, 'Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku,' Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen Yang Diselenggarakan Oleh BPHN, Jakarta, 1986
- Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sunarsi," Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi" Penebit Pascal Books, Tangerang Selatan, 2021.
- Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum (Jakarta: Kencana, 2008).
- Satjipto Raharjo, "Ilmu Hukum, Bandung", PT. Citra Aditya Bakti, 2000,

B. Jurnal

- Aanisah Nida Tahaanii, Waluyo,” Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Disebabkan Overclaim Pada Deskripsi Produk Kosmetik X (Perawatan Wajah)”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, November 2023, 9 (22), 1-12” 9, no. November (2023): 1–12.
- Adinda Ayu Puspita Kuncoro and M Syamsudin, “Perlindungan Konsumen Terhadap Overclaim Produk Skincare,” *Prosiding Seminar Hukum Aktual* 2, no. 3 (2024): 73–84.
<https://journal.uui.ac.id/psha/article/view/34811>
- Ananda Melati Suci, Ivana Gina Azarine, Keisha Aliifah Maulana, Neema Tabina Hasna,” Analisis Penerapan Etika Bisnis pada Kasus Strategi Pemasaran dengan Iklan Palsu dan Klaim Produk yang Berlebihan”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Juli2024, 10(14), 37-45, Hal 41.
- Amelia Soyata and Anis Yohana Chaerunisaa, “Whitening Agent: Mekanisme, Sumber Dari Alam Dan Teknologi Formulasinya,” *Majalah Farmasetika* 6, no. 2 (2021): Hlm 179,
<https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v6i2.28139>.
- Agatha Ayu Lisa Widawati, Mohammad Elbana,” Kajian Litelatur Review Krisis Komunikasi Hotto Purto Pada Kasus Overclaim Dalam MenjagaCitra Perusahaan”, *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)* Vol.4, No. 1, Februari 2024, Hal. 113-120.
- A.Rafiq,” Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat” *Global Komunika Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 3 No. 1 (2020), Hal 19.
- Arum Wahyuni Purbohastuti,” Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Tirtayasa Ekonomika* Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, Hal 212.
- Anisa Diniati, Moch. Armien Syifaa Sutarjo, and Intan Primasari,”Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Digital Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Sumedang”, *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 3, No. 4-Juli 2023, Hal. 553-561.
- Bunga Permata, Sulatri, Kristina Sari, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pelaku Usaha Dalam Label Obat Ditinjau Dari Pasal 8 Ayat (1) Huruf D Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum*, no. April (2022): Hlm 90–98.
- Bilal Lanna Muhammad and Tri Lestari Wahyuning Utami, “Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi,” *Business and Economics*

Conference in Utilization of Modern Technollog 2, no. 1 (2023): Hal 505,
<https://journal.unimma.ac.id>.

Calista Azarine Larissa Yuni Amanda, Reva Fitri R, Chairunnisa Salsabila P,
“Ketimpangan Harga Dan Kualitas Dalam E-Commerce Terhadap
Kekosongan Hukum Dan Peran Konsumen Di Era Digital: Studi Kasus
Shella Saukia,” *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, n.d.,
<https://doi.org/https://doi.org/10.6679/2z3sv153>.

Difa Wardatul Izza and Salma Zavira, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen
Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter,”
Perspektif 25, no. 2 (2020): 107,
<https://doi.org/10.30742/perspektif.v25i2.778>.

Elisa Febriani, Ifa Aulia Mariska, and Muhammad Farras Nasrida,
“Pemanfaatan Media Sosial Bagi Volume Penjualan Produk Skincare
Dan Kosmetik Derr Cosmetics,” *CEMERLANG: Jurnal Manajemen
Dan Ekonomi Bisnis* 3,no. 2, 2023, hlm. 148–59,
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1138>.

Flora Pricilla Kalalo and Anna S Wahongan, “Pertanggungjawaban Pelaku
Usaha Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Atas Kerusakan Barang
Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen,” *Lex Privatum IX*, no. 4 (2021): 151–57.

Iik Arif Rahman and Redi Panuju., “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk fair
n pink melalui media sosial instagram,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*
16, no. 2, 2017, hlm. 214.

Joedy Rodrick Pakaila, Rafael Muhammad Aydin, Syahira Wanda Abbiyya.
‘Tren Overclaim Dalam Iklan Industri Kecantikan: Analisis Etika
Terapan Pada Produk Skincare Di Indonesia.’. *Journal of Social
Community*, Vol. 9 No.2 Desember 2024. Hlm 505.

Joyce Novelyn Siagian, Purwastyastuti Ascobat, Sri Linuwih Menaldi,”
Kortikosteroid Sistemik: Aspek Farmakologi Dan Penggunaan Klinis Di
Bidang Dermatologi”, *Media Dermato Venereologica Indonesiana*,
volume 45 tahun 2019, Hal 167.

Lia Sofiatun Nisa, M. Arif kurniawan,”Analisis Penggunaan Media Sosial
Sebagai Strategi Pemasaran Dan Interaksi Pelanggan Amellia Shop”,
Jurnal Sahmiyya Volume 2 Nomor 2 Tahun 2023, Hal 486.

Melin Manik, Putri Azri Sipahutar, and M Rivky Abdillah Putra, “Tanggung
Jawab Pelaku Usaha Atas Overclaim Produk Skincare Di Media Sosial”
Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 2, no. 10 (2024): 663–668.

Moh Rusdi, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada

- Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya,” Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis 6, no. 2 (2019): Hlm, 50, <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.
- Mohamad Said Al-hamid, Muhammad Zul Figgar,” Perlindungan Konsumen Dalam Perilaku Menyimpang Praktik Bisnis Periklanan”, Journal of Islamic Criminal Law and Criminal Law. Vol 1 No 1. Juni, 2024, Hal 48-49.
- Nazwa Lutfiah, Siti Atillldhia Thunovtufi, Nurul Shafira Novianto, Sri Handayani,”Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Endorsement Dari Influencer”, <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>, Volume 2 Nomor 5 Bulan mei 2025, Hal 187-188.
- Netty Endrawati,” Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan”, Jurnal Perspektif, 2006 - publikasi.uniska- kediri.ac.id, Hal 384-385.
- Ni Komang Ari Mastrini., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pada Produk Perawatan Kulit (Skincare)," 2023, Jurnal Ilmiah Ni Komang Ari Mastrini (D1A020387).pdf, hlm 1.
- Pascal Amadeo Yapputro Dan Ariawan Gunadi Universitas., "Analisis Yuridis Terhadap Tindakan Overclaim Produk Kosmetika Sediaan Sunscreen Juridical Analysis Of Overclaim Actions In Sunscreen Cosmetic Products," Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.12. 2024. Tema/Edisi: Hukum dan Hak Asasi Manusia (Bulan Kedua Belas) <https://jhlrg.rewangrencang.com/>, Hlm 5.
- Pengaruh Overclaim Produk, Kesadaran Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk Skincare Skintific Pada mahasiswa Aktif Universitas Riau Kepulauan” jurnal bening Vol. 11, no. 1, 2024.
- Puteri Hikmawati, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perlindungan Konsumen : Perbandingan Pengaturan Beberapa Negara,” Foreign Legislation Analysis 02 (2024): 58–77.
- Rani Nuraeni, Aris Prio Agus Santoso, Rezi,” Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Overclaim Skincare Di Indonesia” Jurnal Inovasi Hukum Vol 6, No. 1, Januari 2025. Hal 605-607.” 4, no. 3 (2025): 173–78.
- R. Ajeng Entaresmen,”Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X” Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 9(1), 53–74.

- Rafyanka Ivana Putri Ngabito,"Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim" Jurnal Law, Development & Justice Review UNDIP Volume 7 Nomor 3, Desember 2024, Hal 285-287.
- Raynanda Kevin Alifiano, Sinta Murlistyarini, Sumarno," Review Literatur: Perbandingan Efektivitas Obat Topikal Tretinoin dengan Adapalene pada Pasien Akne Vulgaris Derajat Ringan hingga Sedang", jurnal JDVA Volume 2, Nomer 1, April 2021, Hal 34.
- Sofyan Mufti Prasetyo et al, "Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia," Jurnal Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia 2, no. 1 (2024): 65–71.
- Shinta Kumalasari Dan Rusdi Hidayat," Strategi Pemasaran Kosmetik Pada Toko Gadjah Mada Untuk Meningkatkan Penjualan", Jurnal Syntax Transformation Vol. 2 No. 5, Mei 2021, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur, Indonesia, Hal 697.
- Sahda Saraswati Akbar, Nadila Safitri, Fadzal Mutaqin, Muthia Sakti, "Pertanggungjawaban Hukum Owner Skincare terkait Overclaim pada Produk Kecantikan", *forschungsforum law journal*, vol. 2 No.1 tahun 2025, Hal 85-86.
- Tami Rusli, "Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen", Jurnal - Universitas Bandar Lampung (Ubl), Volume 7 Nomor 1 Januari 2012, Hal 81-82.
- Yuniar Supu,"Problematika Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Overcalim Dalam Presfektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen", Jurnal Ganec Swara Vol. 19, No.1, Maret 2025, Hal 71- 72.
- Yusak Stevvie Maurice Somba,Sri Astutik, M.Syahul Borman," Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan Di Media Sosial" Jurnal Penelitian Ilmiah Multi disiplin. Vol 8 no.10 Oktober 2024, Hal 463-464.

C. Undang-Undang

Republik Indonesia, *Undang-Undang Dasar Negara pada tahun 1945*

_____, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*

_____, *Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan*

_____, *Peraturan Penggunaan dan Penerapan Kosmetik BPOM Tahun 2022*

D. Artikel

Agus Tri Haryanto,” Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025”, Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025, 10 Maret 2025.

Emanuella B,”Penjualan Produk Kecantikan Tembus Rp 30 T, Ini Trik Gaet Pembeli” 08 January 2025, diakses tanggal 30 mei 2025, <https://www.cnbcindonesia.com>.

Shafira Rianiesti Noor,” Profil Shella Saukia Owner Skincare Overclaim, Labrak Doktif Imbas Omset Rugi, Musuh Nikita Mirzani”,diakses tanggal 30 mei 2025, Profil Shella Saukia Owner Skincare Overclaim, Labrak Doktif Imbas Omset Rugi, Musuh Nikita Mirzani - Sripoku.com