

Hubungan Tingkat Pengetahuan Remaja dengan Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit pada Siswi SMK di Kediri

Majda Laka Malikal Mulki¹, Nenny Triastuti², Yuli Wahyu Rahmawati³, Enik Srihartati⁴

1) Program Studi -1 Kedokteran Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

2) Departemen Farmakologi Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

3) Departemen Kulit Dan Kelamin Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

4) Departemen Kulit Dan Kelamin Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Abstrak

Latar Belakang: Di Indonesia saat ini tidak sedikit masyarakat beranggapan bahwa perempuan cantik itu mereka yang berkulit putih seperti orang Korea. Obsesi berkulit putih membuat kalangan remaja putri menempuh berbagai macam cara agar kulitnya lebih putih daripada sebelumnya. Kepercayaan yang timbul bahwa orang yang berkulit putih itu cantik dan berkuasa mulai ada sejak penjajahan bangsa Eropa di Asia Selatan dan Asia Tenggara, karena suatu alasan yaitu ras kulit putih merupakan penguasa dan ras pribumi setempat merupakan jajahan. **Tujuan:** Mengetahui hubungan tingkat pengetahuan remaja dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada siswi SMK di Kediri. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional* dengan teknik pengambilan sampel *Simple Random Sampling* pada siswi SMK di Kediri. **Hasil:** Dari uji analisis menggunakan uji *chi square* menunjukkan bahwa adanya hubungan antara tingkat pengetahuan dengan ketepatan pemilihan produk dengan jumlah responden 62 orang, *p value* yang didapatkan adalah 0,00 taraf signifikansi ($p<0,05$) artinya terdapat hubungan antara variabel *independent* dan *dependent*. **Kesimpulan:** Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan siswi dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada siswi SMK di Kediri.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, Ketepatan Pemilihan, Kosmetik Pemutih Kulit

PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini tidak sedikit masyarakat beranggapan bahwa perempuan cantik itu mereka yang berkulit putih seperti orang korea (Arsitowati, 2018). Obsesi berkulit putih membuat kalangan remaja putri menempuh berbagai macam cara agar kulitnya menjadi lebih putih daripada sebelumnya (Amelia, Fahmi and Tamrin, 2022). Kepercayaan yang timbul bahwa orang yang berkulit putih itu cantik dan berkuasa mulai ada sejak penjajahan bangsa Eropa di Asia Selatan dan Asia Tenggara, karena suatu alasan yaitu ras kulit putih merupakan penguasa dan ras pribumi setempat merupakan jajahan (Rusmadi, Ismail and Praveena, 2015). Kosmetik berasal dari kata Yunani “*kosmetikos*” yang berarti keterampilan, menghias, mengatur. Definisi kosmetik dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/Permenkes/1998 adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan untuk mengubah penampilan tetapi tidak untuk menyembuhkan suatu penyakit (Khodijah and Iqbal Fasa, 2023). Berdasarkan peraturan kepala BPOM RI No. 18 tahun 2015, kosmetik merupakan sediaan yang digunakan pada bagian luar (kulit, rambut,

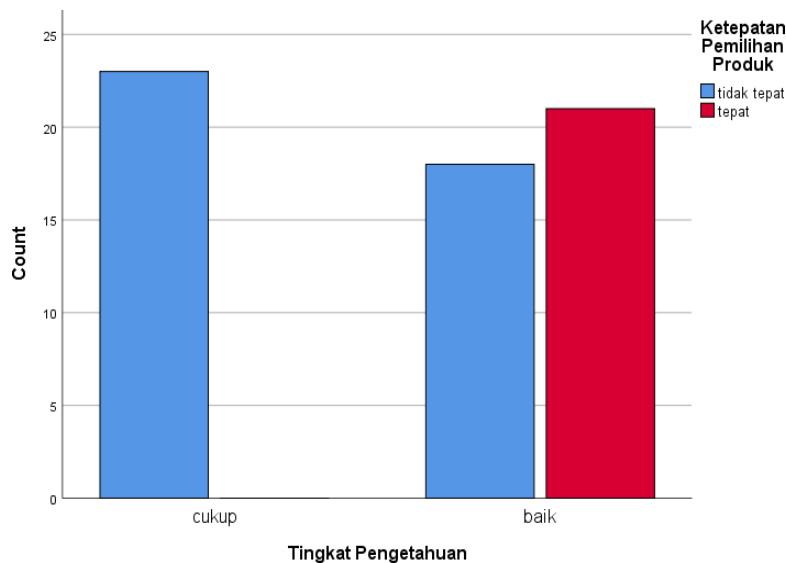
kuku, bibir dan organ genital bagian luar), gigi dan rongga mulut dengan tujuan untuk membersihkan, mengharumkan, mengubah dan atau memperbaiki penampilan, serta memelihara tubuh. Peran daripada kosmetik itu sendiri bukanlah untuk mengobati suatu penyakit, melainkan sarana untuk meningkatkan kepercayaan diri (Sisti, Aryan and Sadeghi, 2021). Masyarakat menggunakan kosmetik dengan beberapa alasan, antara lain untuk meningkatkan kepercayaan diri, melindungi diri dari sinar matahari, polusi, dan faktor lingkungan lain, mencegah penuaan dini (timbulnya keriput di kulit) dan lain-lain (Tranggono and Latifah, 2014). Tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi banyak faktor, salah satunya dalam ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan remaja dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada siswi SMK di Kediri. Remaja putri merupakan bagian dari populasi yang sangat mudah terpengaruh dalam menggunakan produk pemutih kulit agar terlihat lebih cantik dan menawan. Penelitian ini dilakukan pada siswi SMK di Kediri. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang profil penggunaan kosmetik di masyarakat terutama kalangan remaja dan tentang hubungan tingkat pengetahuan remaja dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit.

METODE

Penelitian ini dirancang secara kuantitatif metode *cross sectional* yang bersifat analitik observasional menggunakan teknik *Simple Random Sampling* sebanyak 64 siswi jurusan kecantikan SMK Negeri 3 Kediri. Pengambilan data dilakukan menggunakan media kuesioner yang berisi pertanyaan untuk mengetahui hubungan antara tingkat pengetahuan responden terhadap ketepatan pemilihan kosmetik pemutih kulit. Populasi data yang sudah didapatkan diekslusikan dan dilakukan analisis menggunakan uji *Chi-Square* melalui aplikasi SPSS. Penelitian ini sudah mendapatkan surat izin etik dari komite etik penelitian kesehatan Universitas Muhammadiyah Surabaya dengan No. 034/KET/II.3/AU/F/2024.

HASIL

Responden pada penelitian ini adalah siswi kelas XI jurusan kecantikan SMK Negeri 3 Kediri yang berjumlah 62 orang dengan kriteria inklusi diantaranya, merupakan siswi SMK Negeri 3 Kediri, pernah atau sedang menggunakan produk kosmetik pemutih kulit, dan bersedia menjadi responden.



Gambar 1. Diagram Batang Tingkat Pengetahuan dan Ketepatan Pemilihan Produk

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Siswi Terhadap Kosmetik Pemutih Kulit

Tingkat Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
cukup	23	37.1
baik	39	62.9
Total	62	100.0

Tabel 2. Ketepatan Pemilihan Produk

Ketepatan Pemilihan Produk	Frekuensi	Persentase
tidak tepat	41	66.1
tepat	21	33.9
Total	62	100.0

Tabel 3. Rata-Rata Jawaban Dari Tingkat Pengetahuan Siswi Terhadap Kosmetik Pemutih Kulit

	Rata-Rata	Standar Deviasi	N
Tingkat pengetahuan	2.63	.487	62
Ketepatan pemilihan produk	1.34	.477	62

Tabel 4. Analisis Hubungan Tingkat Pengetahuan Siswi Terhadap Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit

Variabel	N	P
Tingkat Pengetahuan Ketepatan Pemilihan Produk	62	0,00

DISKUSI

Tingkat Pengetahuan Siswi Kelas XI SMK Negeri 3 Kediri Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit

Pada penelitian ini kategori tingkat pengetahuan diukur menggunakan hasil skor kuesioner, dikatakan tingkat pengetahuan kurang jika skor $\leq 55\%$, tingkat pengetahuan cukup jika skor 56-75% dan tingkat pengetahuan baik jika memenuhi skor 76-100%. Jumlah sampel siswi kelas XI SMK Negeri 3 Kediri sebanyak 62 orang didapatkan bahwa frekuensi siswi dengan pengetahuan cukup sebanyak 23 orang dengan persentase 37.1%, sedangkan frekuensi siswi dengan pengetahuan baik sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar 62.9%. Pada penelitian ini tidak ditemukan tingkat pengetahuan siswi yang masuk kategori kurang. Rata-rata tingkat pengetahuan sebanyak 62 siswi di penelitian ini adalah 2.63 dengan standar deviasi 0.487 artinya data tersebut masih bisa digunakan karena standar deviasi masih kurang dari rata-rata. Hasil dari penelitian ini, siswi dengan tingkat pengetahuan cukup secara keseluruhan tidak tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit, sedangkan siswi yang memiliki tingkat pengetahuan baik mayoritas tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit dan sedikit yang tidak tepat. Berdasarkan karakteristik dari hasil penelitian, responden dengan usia 17 tahun cenderung memiliki tingkat pengetahuan baik daripada yang berusia 16 tahun. Tingkat pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengalaman, semakin banyak pengalaman seseorang maka semakin banyak juga pengetahuan yang didapatkan (Notoatmodjo, 2018). Faktor lain yang memengaruhi tingkat pengetahuan seseorang adalah penggunaan internet dan media sosial, diketahui bahwa berbagai macam informasi bisa dengan mudah didapatkan melalui internet dan media sosial (Ryanda, Ibrahim and Adhayanti, 2022). Seorang pelajar selain mendapat informasi dari sekolah juga mempunyai peluang besar untuk mendapatkan berbagai informasi melalui internet dan media sosial yang digunakan, hal tersebut dapat memengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Semakin banyak informasi yang didapatkan semakin tinggi pengetahuan (Herlina and Vestabilivy, 2019). Lingkungan dan peran keluarga juga memengaruhi tingkat pengetahuan. Apabila dalam lingkungan keluarga atau teman menceritakan berbagai macam pengalaman mereka dalam penggunaan kosmetik pemutih kulit maka hal tersebut juga dapat memengaruhi pemahaman seseorang terhadap produk kosmetik pemutih kulit (Notoatmodjo, 2018). Faktor lingkungan seperti teman dan keluarga juga memengaruhi tingkat pengetahuan serta tepat tidaknya responden dalam memilih produk, mayoritas responden dengan tingkat pengetahuan baik lebih banyak mendapat informasi dari keluarga mereka terkait produk kosmetik pemutih kulit.

Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit

Kategori ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada penelitian ini diukur dengan menggunakan kuesioner dimana dikatakan tepat jika memenuhi dari empat kriteria ketepatan pemilihan produk, yaitu : keamanan produk (pertanyaan nomor 4 dan 5), efek yang ditimbulkan (pertanyaan nomor 3), terdaftar di BPOM (pertanyaan nomor 7), dan efek samping yang ditimbulkan minimal (pertanyaan nomor 8). Ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit dikatakan tidak tepat apabila tidak memenuhi salah satu dari empat kriteria diatas. Hasil ketepatan pemilihan produk kosmetik

pemutih kulit pada siswi SMK Negeri 3 Kediri dengan jumlah responden sebanyak 62 orang menunjukkan lebih banyak yang tidak tepat dalam memilih produk daripada yang tepat, frekuensi siswi yang tidak tepat dalam memilih produk sebanyak 41 orang persentasenya 66,1%, sedangkan frekuensi siswi yang tepat dalam memilih produk sebanyak 21 orang persentasenya 33,9%. Rata-rata ketepatan pemilihan produk dengan jumlah siswi sebanyak 62 orang adalah 1,34 dengan standar deviasi 0,477, artinya data tersebut masih bisa digunakan karena standar deviasi masih kurang dari rata-rata. Siswi dengan tingkat pengetahuan baik cenderung tepat dalam memilih produk daripada siswi yang memiliki tingkat pengetahuan cukup. Berdasarkan karakteristik dari hasil penelitian, responden dengan usia 17 tahun cenderung tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit daripada yang berusia 16 tahun. Faktor-faktor yang memengaruhi ketepatan pemilihan produk kosmetik antara lain kebutuhan dan motivasi, kepribadian, psikografis, persepsi, pembelajaran (Astri, 2018). Kebutuhan dan motivasi seseorang dapat memengaruhi keputusan dalam membuat pilihan yang tepat mengenai suatu produk. Jika kebutuhan seseorang tidak terpenuhi, maka akan menimbulkan ketidakpuasan batin. Motivasi dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam proses menemukan atau mengevaluasi sesuatu. Kepribadian mengacu pada ciri-ciri psikologis seseorang yang dapat membedakan seseorang dengan orang lainnya. Ketika seseorang mengevaluasi sesuatu, ada yang mulai menggunakan nilai dan standarnya sendiri, sementara ada yang mengandalkan orang lain, dengan kata lain, setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda. Psikografis merupakan suatu konsep yang memungkinkan konsumen dibentuk secara psikologis, baik dari segi konsep diri maupun konsep gaya hidup, sehingga pilihan produk dan jasa sesuai dengan konsep diri yang diinginkan setiap orang. Persepsi adalah proses sensasi yang diterima seseorang, mengkategorikan dan memilihnya, mengatur dan menafsirkannya. Respons seseorang terhadap suatu stimulus sesuai dengan persepsinya, dan persepsi tersebut dibentuk oleh pemikiran dan lingkungannya. Pembelajaran, pengalaman, dan pengetahuan orang-orang yang mengalami situasi serupa dapat membantu ketika memilih kosmetik di masa depan. Faktor lain yang memengaruhi ketepatan pemilihan produk kosmetik diantaranya, kualitas kosmetik, harga, efek samping, manfaat, rekomendasi dan promosi (Astri, 2018). Kualitas kosmetik adalah kelebihan-kelebihan yang terdapat pada suatu kosmetik seperti efek samping yang ditimbulkan minimal dan manfaat yang diberikan maksimal. Harga merupakan parameter suatu produk, seseorang saat menentukan produk kosmetik pemutih kulit yang akan dibeli tentu akan menyesuaikan antara harga dan manfaatnya. Manfaat menurut suatu produk juga memengaruhi persepsi seseorang pada penentuan produk kosmetik pemutih kulit. Rekomendasi dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit dipengaruhi oleh berbagai macam sumber, bisa teman, keluarga ataupun media massa. Promosi merupakan suatu bentuk pemasaran produk yang mutlak dengan tujuan untuk memperkenalkan produk atau memakai suatu jasa. Saluran elektronik yang digunakan berkontribusi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat agar lebih selektif dalam menentukan produk kosmetik pemutih kulit (Astri, 2018).

Hubungan Tingkat Pengetahuan Dengan Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit

Hasil penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik uji statistika non parametrik dengan uji *Chi Square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit, dengan jumlah responden sebanyak 62 orang *p value* 0,00 artinya $p < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima, dengan hasil terdapat hubungan antara variabel *independent* dan *dependent*, yaitu tingkat pengetahuan siswi terhadap kosmetik pemutih kulit dan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit. Hal ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Hilmi, Rianoor and Gatera, 2022) yaitu terdapat hubungan antara pengetahuan dan sikap terhadap perilaku pemilihan *skincare* wajah melalui media sosial pada mahasiswa dan penelitian oleh (Wulandari, Teodhora and Windiarto, 2024) dengan hasil terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dan perilaku penggunaan kosmetik. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan dapat memengaruhi seseorang dalam perilaku penggunaan kosmetik. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lukitasari, 2018), dimana tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada mahasiswi Universitas Brawijaya. Perbedaan hasil penelitian ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: pengaruh dari kebudayaan dan lingkungan sosial individu, pengaruh individu yang terkait dengan ciri seperti umur, status ekonomi, cara hidup, profesi, hobi, dan pengalaman, dan pengaruh mental, yang berhubungan dengan dorongan individu dalam memakai produk tersebut (Lukitasari, 2018). Berdasarkan gambar 1 diagram batang tingkat pengetahuan dan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit, responden dengan tingkat pengetahuan baik cenderung tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit, sedangkan responden dengan tingkat pengetahuan cukup cenderung tidak tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit. Kategori tingkat pengetahuan baik sebanyak 21 responden termasuk kategori tepat dalam pemilihan produk kosmetik pemutih kulit dan 18 tidak tepat, sedangkan kategori tingkat pengetahuan cukup sebanyak 23 responden termasuk kategori tidak tepat. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan baik cenderung tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit, sedangkan pada tingkat pengetahuan cukup cenderung tidak tepat dalam memilih produk kosmetik pemutih kulit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan siswi dengan ketepatan pemilihan produk kosmetik pemutih kulit pada siswi SMK di Kediri. Hasil *p value* yang diperoleh adalah 0,00 artinya $p < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

REFERENSI

- Adjeng, A.N.T. *et al.* (2023) ‘Edukasi Bahan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman di Desa Suka Banjar Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran’, *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(1), pp. 89–102. Available at: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i1.8041>
- Amelia, L., Fahmi, K. and Tamrin, S. (2022) ‘Konstruksi Makna Cantik bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Ilegal’, *Sosialisasi*, 9.
- Arikunto, S. (2015) ‘Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik’, Jakarta: Rineka Cipta.’
- Arsitowati, W.H. (2018) ‘Kecantikan Wanita Korea sebagai Konsep Kecantikan Ideal dalam Iklan New Pond’s White Beauty: What Our Brand Ambassadors Are Saying’. Available at: <https://doi.org/10.14710/humanika.V24I2.17572>.
- Astri, S. (2018) ‘Gambaran Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Seseorang Berobat Kosmetik Ke Dokter Spesialis Kulit Dan Kelamin Di Kota Medan pada Tahun 2017’.
- Averroesyka, F. (2020) ‘Peran Pemberian Kombinasi Galactomyces Dan Alpha Arbutin Terhadap Indeks Depigmentasi Kultur Mouse Melanoma B-16 Cell’.
- Ayu, B.M. (2022) ‘Hubungan Pengetahuan dan Penggunaan Produk Kosmetik Pemutih pada Remaja Putri di Kelurahan Girimukti Rangkasbitung’.
- Burger, P. *et al.* (2016) ‘Skin whitening cosmetics: Feedback and challenges in the development of natural skin lighteners’, *Cosmetics*, 3(4). Available at: <https://doi.org/10.3390/cosmetics3040036>.
- Farage, M.A., Maibach, H.I. and Miller, K.W. (2010) ‘Textbook of Aging Skin’.
- Haerani, A., Chaerunisa, A.Y. and Subarnas, A. (2018) ‘Antioksidan Untuk Kulit’, 16. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jf.v16i2.17789>.
- Hartini, T. and Haqq, B.N. (2022) ‘Perancangan Animated Infographics Mengenai Fungsi Niacinamide untuk Kesehatan Kulit untuk generasi Z’, *Ikra-Ith Humaniora : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(1), pp. 71–81. Available at: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i1.2272>.
- Herlina and Vestabilivy, E. (2019) ‘Pengaruh Pengetahuan Dan Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kulit Wajah Mahasiswa STIKes Persada Husada Indonesia’, *Persada Husada Indonesia*, Vol 6 No 2. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.56014/jphi.v6i20.157>.
- Hilmi, I.L., Rianoor, N.P. and Gatera, V.A. (2022) ‘The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java’ Students’, *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2), pp. 203–212. Available at: <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>.
- Keen, M.A. and Hassan, I. (2016) ‘Vitamin E dalam Dermatologi’. Available at:

<https://doi.org/10.4103/2229-5178.185494>.

Khodijah, S. and Iqbal Fasa, M. (2023) ‘Bauran Pemasaran Syariah pada Kosmetik Berlabel Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Implementasi’, *Bauran Pemasaran Syariah pada Kosmetik Berlabel Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Implementasi*, 1(1), pp. 132–144.

Kwan, Y.H. et al. (2014) ‘Handbook of Cosmeceutical Excipients and Their Safeties’.

Lukitasari, W. (2018) ‘Hubungan Antara Tingkat Pengetahuan Dengan Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang’, *Gender and Development*, 120(1), pp. 0–22.

Nevia, A. (2021) ‘Hubungan Tingkat Pengetahuan dalam Pemakaian Kosmetik Pemutih Wajah dengan Resiko Terjadinya Penyakit Kulit pada Remaja Putri di Desa Pasuruan Rt 01 Rw 08 Lampung Selatan Tahun 2021’, pp. 1–105.

Notoatmodjo, S. (2014) ‘Promosi Kesehatan dan Tepro Aplikasi. Rineka Cipta. Jakarta.

Notoatmodjo, S. (2018) ‘Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta’. Obagi, Z. and Kenkel, J. (2014) ‘The Science of Melanogenesis’.

Park, K. (2022) ‘Use of retinoids in dermatology.’, 65(5), p. 299. Available at: <https://doi.org/10.5124/jkma.2022.65.5.299>.

Pianto and Aurellia, L. (2022) ‘Sintesis Dan Karakterisasi Devirat Asam Kojik’.

Rosi Andarina and Tantawi Djauhari (2017) ‘Antioksidan Dalam Dermatologi’, *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 4(1), pp. 39–48.

Rusmadi, S.Z., Ismail, S.N.S. and Praveena, S.M. (2015) ‘Preliminary Study on the Skin Lightening Practice and Health Symptoms among Female Students in Malaysia’. Available at: <https://doi.org/10.1155/2015/591790>.

Ryanda, A., Ibrahim, I. and Adhayanti, I. (2022) ‘Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Remaja SMAN 1 Sidrap Terhadap Pemilihan Dan Penggunaan Kosmetik Krim Pemutih Wajah’, *Jurnal Buana Farma*, 2(4), pp. 38–44. Available at: <https://doi.org/10.36805/jbf.v2i4.604>.

Saniati, F. and Wilujeng, B.Y. (2020) ‘Analisis Produk Kosmetik Make Up Salah Satu Merek Global Terhadap Keputusan Pembelian’, *Satukan Tekad Menuju Indonesia Sehat*, 09, pp. 457–464.

Sauer, N. et al. (2023) ‘The multiple uses of azelaic acid in dermatology: mechanism of action, preparations, and potential therapeutic applications.’ Available at: <https://doi.org/10.5114/ada.2023.133955>.

Simaremare, E.S. (2019) ‘Analisis Merkuri Dan Hidrokuinon Pada Krim Pemutih Yang Beredar Di Jayapura’.

Sisti, A., Aryan, N. and Sadeghi, P. (2021) ‘What is Beauty’. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00266-021-02288-2>.

Sonthalia, S., Daulatabad, D. and Sarkar, R. (2016) ‘Glutathione as a skin whitening

agent: Facts, myths, evidence and controversies’, *Indian Journal of Dermatology, Venereology and Leprology*, 82(3), pp. 262–272. Available at: <https://doi.org/10.4103/0378-6323.179088>.

Soraya, M.R., Patihul, H. and Insan, S.K. (2017) ‘Cara Menghindari Kosmetik Palsu dengan Organoleptik’, *Majalah Farmasetika*, 2(1), pp. 1–11.

Tang, S.C. and Yang, J.H. (2018) ‘Dual effects of alpha-hydroxy acids on the skin’, *Molecules*, 23(4), pp. 1–12. Available at: <https://doi.org/10.3390/molecules23040863>.

Tranggono, R.I. and Latifah, F. (2014) ‘Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik’.

Viera Valencia, L.F. and Garcia Giraldo, D. (2019) ‘Perilaku Yang Tepat Dalam Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, pp. 7–30.

Wulandari, A., Teodhora, T. and Windiarto, H.S. (2024) ‘Gambaran Tingkat Pengetahuan Terhadap Perilaku Penggunaan Kosmetik Di Jagakarsa Jakarta Selatan’, *Jurnal Inkofar*, 7(2), pp. 96–100. Available at: <https://doi.org/10.46846/jurnalinkofar.v7i2.298>.

Zonunsanga (2015) ‘Melanocytes and melanogenesis’, *Our Dermatology Online*, 6(3), pp. 350–355. Available at: <https://doi.org/10.7241/ourd.20153.94>.