



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 9149-9160

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Pencerah Wajah Pada Wanita Kelurahan Belimbing Rt.12 Kabupaten Tabalong

Lidya Ivana Larissa Lubis^{1✉}, Melviani², Siti Malahayati³

Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Kesehatan Universitas Sari Mulia Banjarmasin,
Kalimantan Selatan

Email: lidyalubis20@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Produk kosmetik pencerah wajah banyak digemari oleh kalangan wanita. Mereka tergiur menggunakan produk kosmetik pencerah wajah agar kulit wajah terlihat cerah dan halus. Penggunaan kosmetik pencerah wajah memiliki manfaat positif ataupun manfaat negatif. Manfaat positif dapat menghasilkan kulit wajah yang sehat sedangkan manfaat negatif akan menghasilkan kulit wajah yang tidak sehat, untuk menghindari manfaat negatif tersebut maka perlunya peran perilaku yang baik dalam penggunaan kosmetik pencerah wajah. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita Kelurahan Belimbing RT.12 Kabupaten Tabalong. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode *Cross Sectional*. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 106 responden. Analisis bivariat menggunakan uji statistik non-parametrik dengan uji korelasi yaitu uji *Chi-Square* dan uji *spearman rank (rho)*. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu variabel yang berhubungan dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita adalah pengetahuan *p value* 0,000, informasi *p value* 0,003, dan usia *p value* 0,003. Terdapat hubungan antara faktor pengetahuan, informasi dan usia terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita Kelurahan Belimbing RT.12 Kabupaten Tabalong.

Kata Kunci: *Faktor, Hubungan, Perilaku, Kosmetik Pencerah Wajah*

Abstract

Facial brightening cosmetic products are much favored by women. They are tempted to use facial brightening cosmetic products so that facial skin looks bright and smooth. The use of facial brightening cosmetics has both positive and negative benefits. Positive benefits can produce healthy facial skin while negative benefits will produce unhealthy facial skin. To avoid these negative benefits, the role of good behavior in the use of facial lightening cosmetics is needed. To find out the factors related to the behavior of using facial brightening cosmetics in women in Belimbing Village RT.12, Tabalong Regency. The method in this study uses the Cross Sectional method. The sampling technique is by purposive sampling. The research instrument used was a questionnaire. The number of samples is 106 respondents. Bivariate analysis used non-parametric statistical tests with correlation tests, namely the Chi-Square test and the Spearman rank (rho) test. The results of the study showed that the variables associated with the behavior of using facial lightening cosmetics in women were knowledge p value 0.000, information p value 0.003, and age p value 0.003. There is a relationship between knowledge, information and age factors on the behavior of using facial brightening cosmetics in women in Belimbing Village RT.12 Tabalong Regency.

Keywords: *Factors, Relationships, Behavior, Face Lightening Cosmetics*

PENDAHULUAN

Konsep kecantikan pada masa kini di Indonesia yaitu memiliki kulit tubuh yang putih, mulus dan glowing (Juliana, 2022). Industri kosmetik mengalami pertumbuhan mencapai 9,61% industri kosmetik mengalami kenaikan jumlah perusahaan hingga 20,6% dari 819 perusahaan industri kosmetik bertambah menjadi 913 dari tahun 2021 hingga Juli 2022 (BPOM, 2022).

Kosmetik menjadi salah satu kebutuhan yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari bagi para wanita. Kosmetik dapat menjaga penampilan dan menambah kepercayaan diri, 70%-80% wanita di Asia (yaitu: Cina, Thailand, Taiwan, dan Indonesia) menginginkan kulit yang lebih putih. Kosmetik adalah sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan memelihara kondisi tubuh agar lebih baik (BPOM, 2019). Sediaan kosmetik yang banyak digunakan oleh kaum wanita adalah produk pencerah wajah 93,33% responden yang menggunakan kosmetik pencerah wajah (Pradika dkk., 2022).

Penggunaan kosmetik pencerah wajah mempunyai manfaat positif ataupun manfaat negatif. Manfaat positif dari penggunaan kosmetik pencerah wajah adalah dapat menghasilkan kulit wajah yang sehat, akan tetapi dampak negatif dalam penggunaan kosmetik pencerah wajah dapat membuat kulit wajah menjadi rusak, mudah timbul jerawat, timbul flek hitam, dan terjadi iritasi, hal tersebut tergantung bagaimana perilaku seseorang

bijak dalam memilih dan menggunakan kosmetik pencerah wajah.

Pada bulan Juli 2020 hingga September 2021 Badan Pengawas Obat dan Makanan menemukan 18 produk kosmetik pencerah wajah yang mengandung zat kimia berbahaya yaitu hidrokuinon, penemuan ini berdasarkan hasil sampling dan pengujian yang dilakukan oleh 73 UPT Balai POM di seluruh Indonesia (POM, 2021).

Hasil penelitian uji kuantitatif juga menunjukkan adanya kandungan merkuri yang cukup tinggi pada produk krim pemutih wajah yang melebihi batas aman dan dinyatakan bahaya untuk digunakan (Maulina dkk., 2021), akan tetapi pada kenyataannya masih banyak seseorang yang menggunakan produk pencerah wajah yang mengandung zat kimia berbahaya hal tersebut dikarenakan mereka tidak mengetahui bahaya produk pencerah wajah yang mengandung zat kimia berbahaya dan karena tingkat pengetahuan masyarakat yang kurang mengenai penggunaan krim pencerah wajah (Wulandari dkk., 2022).

Umumnya masalah kesehatan seperti penggunaan kosmetik pencerah wajah dipengaruhi oleh beberapa faktor perilaku. Faktor perilaku mempunyai pengaruh yang besar terhadap status kesehatan individu maupun masyarakat, ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam penggunaan kosmetik pencerah wajah yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor individu, dan faktor psikologis (Kotler, 2021).

Peneliti telah melakukan studi pendahuluan di wilayah Kelurahan Belimbing RT.12 Kabupaten Tabalong kepada tiga belas responden didapatkan hasil bahwa dua belas responden yang menggunakan kosmetik pencerah wajah. Usia rata-rata responden 17-45 tahun. Responden menggunakan produk kosmetik pencerah wajah yang berbeda-beda. Responden menggunakan pencerah wajah dengan tujuan utama yaitu untuk mencerahkan kulit, dan membuat kulit glowing, akan tetapi ada dua responden yang menyatakan bahwa setelah menggunakan pencerah wajah kulit wajah menjadi putih glowing kemudian muncul flek hitam dan jerawat pada kulit wajah, sedangkan dua responden juga menyatakan bahwa tidak ada perubahan kulit wajah setelah menggunakan pencerah wajah. Responden menggunakan pencerah wajah berdasarkan informasi dari teman yang sudah pernah menggunakan dan dari sosial media.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita di Kelurahan Belimbing RT.12 Kabupaten Tabalong".

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Observasional Analitik dengan rancangan *Cross Sectional*. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Belimbing RT. 12 Kabupaten Tabalong. Populasi yang digunakan adalah wanita Kelurahan Belimbing RT.12 Kabupaten Tabalong dengan jumlah 145 orang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 106 responden, pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden. Analisis yang digunakan adalah analisis univariat dan analisis bivariat menggunakan uji statistik non-parametrik dengan uji korelasi yaitu uji *Chi-Square* dan uji *spearman rank (rho)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Univariat dan Bivariat

Tabel 1. Hasil Analisis Univariat

Kategori Karakteristik Responden	Jumlah (n)	Persentasi (%)
Usia		
Remaja akhir (17-25 tahun)	48	45,3%
Dewasa awal (26-35 tahun)	28	26,4%
Dewasa akhir (36-45 tahun)	30	28,3%
Pendidikan Terakhir		
SD	0	0%
SMP	8	7,5%
SMA	69	65,1%
D3	10	9,4%
S1/S2	19	17,9%
Pekerjaan		
Karyawan	37	34,9%
Wirausahawan	16	15,1%
PNS	7	6,6%
Pelajar/ Mahasiswa	18	17,0%
Lainnya:	28	26,4%
Pengetahuan		

Baik (>75%)	67	63,2%
Cukup (56-74%)	28	26,4%
Kurang (<55%)	11	10,4%
Informasi		
Mendapatkan Informasi	78	73,6%
Tidak mendapatkan informasi	28	26,4%
Sumber Informasi		
Tenaga Kesehatan	3	3,4%
Sosial media	59	67%
Teman/ Keluarga	26	29,5%
Lainnya:		
Perilaku		
Baik (>80%)	54	50,9%
Cukup (60-80%)	44	41,5%
Kurang (<60%)	8	7,5%

Tabel 2. Hasil Analisis Bivariat

No	Faktor	Nilai p (<0,05)	Ket
1	Pengetahuan	0,000	Ada hubungan
2	Informasi	0,003	Ada hubungan
3	Usia	0,003	Ada hubungan

Pembahasan

Penggunaan produk kosmetik pencerah wajah banyak digunakan oleh para wanita, dengan tujuan agar kulit wajah terlihat putih, mulus dan glowing, mereka beranggapan bahwa kulit putih, mulus, dan glowing adalah syarat kecantikan pada wanita (Lukitasari, 2018). Kenyataannya belum tentu seseorang tepat dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah serta belum tentu produk yang digunakan adalah produk yang tepat dan terjamin keamanannya.

Banyaknya produk kosmetik pencerah wajah yang beredar dipasaran memberikan peluang bagi seseorang agar dapat melakukan seleksi memilih kosmetik yang tepat dan aman akan tetapi, seringkali perilaku seseorang dalam memilih dan menggunakan kosmetik

dilakukan secara tidak tepat, dalam hal ini pentingnya peran perilaku untuk menghindari ketidaktepatan seseorang dalam memilih dan menggunakan kosmetik pencerah wajah. Perilaku dapat menentukan kualitas kesehatan dari para pengguna produk kosmetik pencerah wajah, karena perilaku dapat mempengaruhi keadaan kesehatan seseorang (Pakpahan dkk., 2021).

Hasil penelitian pada tabel 1 didapatkan bahwa responden berusia 17-25 tahun dengan kategori usia remaja akhir merupakan kelompok usia yang paling banyak dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah yaitu sebesar 45,3%. Tingginya persentasi pada kelompok usia tersebut karena pada usia remaja wanita lebih memikirkan mengenai penampilan fisiknya daripada wanita usia dewasa (Khairina dkk., 2017).

Usia memiliki hubungan yang kompleks terhadap perilaku dalam penelitian ini usia remaja akhir sudah memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan mereka sudah dapat membedakan antara perilaku baik dan buruk, sehingga mereka dapat mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku yang mereka lakukan (Kitchener, 2016).

Pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah tingkat pendidikan SMA yaitu sebesar 65,1% karena keinginan responden yang lebih memilih untuk bekerja setelah lulus SMA. Tingkat pendidikan SMA memiliki daya serap yang lebih baik dibandingkan dengan tingkat pendidikan di bawahnya karena banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman yang mereka dapat (Budiman dan Riyanto, 2013) dalam (Ayu dkk., 2022). Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pola perilakunya (Nugrahaeni, 2019).

Mayoritas responden bekerja sebagai karyawan yaitu sebesar 34,9%, pekerjaan responden baik sebagai karyawan swasta ataupun non-swasta, hal ini dikarenakan kondisi ekonomi sehingga responden lebih banyak memilih untuk bekerja sebagai karyawan. Seseorang yang bekerja akan mendapatkan penghasilan sebagai wujud memenuhi kebutuhan hidup (Rohman, 2021). Penghasilan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan dalam menggunakan produk kosmetik (Prasasti, 2022).

Pengetahuan responden termasuk dalam kategori pengetahuan baik yaitu sebesar 63,2% karena dilihat dari produk kosmetik pencerah wajah yang paling banyak digunakan responden yaitu produk kosmetik dari *ms glow*, *wardah*, *nu face*, dan *skintific* dimana produk-produk tersebut termasuk produk populer dan terjamin keamanannya karena sudah memiliki nomor izin edar BPOM, serta responden telah memahami mengenai keamanan produk kosmetik pencerah wajah, manfaat penggunaan kosmetik pencerah wajah, kandungan yang ada di dalam kosmetik pencerah wajah, efek samping penggunaan dan cara penyimpanan produk.

Pengetahuan umumnya datang dari pengalaman dan informasi yang diperoleh

seseorang dari penyampaian orang lain. Pengetahuan yang baik akan menimbulkan suatu perilaku yang baik karena pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk perilaku (Donsu, 2019).

Lebih banyak responden mendapatkan informasi mengenai penggunaan kosmetik pencerah wajah yaitu sebesar (73,6%). Informasi didapatkan lebih banyak dari sosial media yaitu sebesar (67%) antara lain dari *instagram*, *youtube*, *whatsapp*, *google* dan lain-lain. Hasil penelitian tersebut dikarenakan mayoritas responden yang menggunakan produk kosmetik pencerah wajah adalah responden berusia 17-25 tahun dimana pada rentang usia 17-25 tahun seseorang lebih aktif untuk mencari informasi mengenai penggunaan kosmetik melalui internet, media cetak ataupun lingkungan sekitarnya (Pakpahan dkk., 2021).

Perilaku responden dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah termasuk dalam kategori perilaku baik yaitu sebesar (50,9%). Berdasarkan hasil tersebut dapat disebabkan karena pengetahuan responden dimana pengetahuan responden mengenai penggunaan kosmetik pencerah wajah termasuk dalam kategori pengetahuan baik selain itu karena kesadaran responden mengenai kesehatan dirinya sehingga menimbulkan perilaku baik dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah agar mendapatkan hasil yang optimal. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk perilaku karena pengetahuan dapat menjadikan seseorang memiliki kesadaran sehingga seseorang berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya (Pakpahan dkk., 2021).

Hasil penelitian pada tabel 2 yaitu hubungan faktor pengetahuan terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah didapatkan nilai *p value* sebesar 0,000 yang berarti ada hubungan yang signifikan antara faktor pengetahuan terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah, sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,648 artinya terdapat hubungan yang kuat antara faktor pengetahuan terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah.

Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk perilaku karena pengetahuan dapat menjadikan seseorang memiliki kesadaran sehingga seseorang berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya (Pakpahan dkk., 2021), oleh karena itu dapat dimaknai semakin baik pengetahuan seseorang maka akan semakin baik perilakunya (Nugrahaeni, 2019). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ardila (2015) menyatakan bahwa adanya hubungan antara pengetahuan dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah, responden yang memiliki pengetahuan tinggi berpeluang untuk berperilaku baik dalam penggunaan kosmetik pencerah wajah dibandingkan dengan responden yang memiliki pengetahuan rendah. Semakin baik pengetahuan mengenai penggunaan kosmetik pencerah wajah maka akan

semakin baik pula perilaku dalam penggunaan kosmetik pencerah wajah sehingga adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan perilaku (Hilmi, 2022). Tingginya pengetahuan yang dimiliki seseorang akan membuat mereka semakin teliti dalam memilih dan menggunakan kosmetik pencerah wajah (Herlina, 2019).

Hubungan faktor informasi terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah didapatkan nilai *p value* sebesar 0,003 yang berarti ada hubungan yang signifikan antara faktor informasi terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah. Sumber informasi terbanyak yaitu dari sosial media, informasi yang didapatkan responden melalui sosial media tentang penggunaan kosmetik pencerah wajah adalah informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Informasi yang akurat adalah informasi yang didapatkan dari sumber-sumber yang dapat dipercaya misalkan dari jurnal ilmiah atau dari tenaga kesehatan seperti dokter yang menyampaikan informasi melalui sosial media, informasi yang akurat dan dapat dipercaya ini akan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat (Melviani, dkk., 2021).

Informasi yang didapatkan responden juga bersifat *up date* sehingga relevan dipakai oleh responden serta mudah dimengerti agar tidak menimbulkan kesalahan arti bagi responden, sehingga dari informasi yang tepat tersebut dapat membentuk suatu perilaku yang baik bagi responden dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah (Nugrahaeni, 2019).

Seseorang yang mendapatkan informasi akan meningkatkan pengetahuan dan wawasannya hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku sesuai dengan pengetahuan dari pengalaman yang didapatkan (Nugrahaeni, 2019), oleh karena itu informasi positif yang didapatkan akan menimbulkan perilaku yang baik. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Suryani, 2022) menyatakan bahwa adanya hubungan antara informasi yang didapatkan dari media sosial terhadap perilaku seseorang dalam penggunaan kosmetik yang aman. Menurut Hairni (2022) adanya hubungan yang signifikan antara faktor informasi terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah, karena informasi yang diterima akan membentuk perilakunya dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah, hal ini diperkuat lagi berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2023) dimana adanya keberhasilan peningkatan pengetahuan setelah diadakan edukasi mengenai penggunaan kosmetik pencerah wajah, artinya responden telah mendapatkan informasi dan telah menerima informasi tersebut dengan baik, setelah mendapatkan informasi tersebut maka akan menambah pengetahuan dan wawasannya sehingga hal ini berkaitan dengan perilaku yang dilakukan oleh responden tersebut.

Hubungan faktor usia terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah

didapatkan nilai *p value* sebesar 0,003 yang berarti ada hubungan yang signifikan antara faktor usia terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah, sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,286 artinya terdapat hubungan yang cukup antara faktor usia terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah.

Usia dapat memiliki hubungan yang kompleks terhadap perilaku karena perilaku seseorang dapat terbentuk karena faktor usia, semakin tinggi usia maka akan semakin baik dalam berperilaku karena pengetahuan dan pola pikir akan semakin berkembang (Nugrahaeni, 2019), akan tetapi dalam penelitian ini usia remaja akhir 17-25 tahun sudah menunjukkan perilaku yang baik dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah, hal tersebut dikarenakan pada usia remaja akhir seseorang sudah memiliki kemampuan dalam berpikir kritis, mereka sudah dapat membedakan antara perilaku baik dan buruk, sehingga mereka dapat mempertimbangkan konsekuensi dari perilaku yang mereka lakukan (Kitchener, 2016).

Alasan lainnya yang menyebabkan responden berperilaku baik yaitu dimana mayoritas responden yang menggunakan produk kosmetik pencerah wajah adalah responden yang berusia 17-25 tahun pada rentang usia tersebut seseorang lebih aktif untuk mencari informasi mengenai penggunaan kosmetik melalui internet, media cetak ataupun lingkungan sekitarnya sehingga akan mempengaruhi pengetahuan dan wawasannya, pada akhirnya akan menimbulkan kesadaran yang menyebabkan seseorang berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya (Pakpahan dkk., 2021). Perilaku dapat terbentuk dari pengalaman dan pengamatan seseorang (Nugrahaeni, 2019).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manikandan (2014) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara faktor usia dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah, dan sejalan dengan hasil penelitian Hairni (2022) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah.

SIMPULAN

Responden yang menggunakan kosmetik pencerah wajah kebanyakan berusia 17-25 tahun sebesar (45,3%), responden tersebut memiliki tingkat pengetahuan baik sebesar (63,2%), lebih banyak responden yang terpapar informasi mengenai penggunaan kosmetik pencerah wajah sebesar (73,6%), dan responden memiliki perilaku yang baik sebesar (50,9%) dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah. Pada analisis hubungan faktor pengetahuan terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita dengan nilai *p-value* 0,000, hubungan faktor informasi terhadap perilaku penggunaan kosmetik pencerah wajah pada wanita dengan nilai *p-value* 0,003, hubungan faktor usia terhadap perilaku penggunaan

kosmetik pencerah wajah pada wanita dengan nilai p-value 0,001 sehingga adanya hubungan antara faktor pengetahuan, informasi dan usia terhadap perilaku dalam menggunakan kosmetik pencerah wajah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardila, N., Tedi, T., & Sarmadi, S. (2015). Hubungan Pengetahuan Dengan Perilaku Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special Uv Whitening Di Desa Cengal Kabupaten Oki. *Jpp (Jurnal Kesehatan Poltekkes Palembang)*, 10(1), 108-112.
- Ayu Puspita, N., & Mutia Rissa, M. (2022). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Obat Generik, Obat Bermerk, Dan Obat Paten. *Jurnal Farmasi Higea*, 14(2).
- BPOM. (2020). Persyaratan Teknis Penandaan Kosmetik. Diakses 1 Desember 2022 dari <https://notifikos.pom.go.id/upload/informasi/20220805174357.pdf>.
- BPOM. (2022). *Jumlah Industri Kosmetik*. Diakses 5 Desember 2022 dari Direktorat Registras Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan dan Kosmetik.pdf.
- Diansari Marbun. (2023). Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Persepsi Wanita Di Desa Lancok-Lancok Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen Terhadap Bahaya Krim Pemutih Wajah.
- Donsu. (2019). *Psikologi Keperawatan*. Rineka cipta.
- Hairni, R., Sinaga, S., & Apriani, R. (2022a). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung. *Malahayati Nursing Journal*, 4(11), 2952–2965. <https://doi.org/10.33024/mnj.v4i11.7326>
- Herlina, H., & Vestabilivy, E. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kulit Wajah Pada Mahasiswi Stikes Persada Husada Indonesia. *Jurnal Persada Husada Indonesia*, 6(20), 30-40.
- 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).
- Khairina, & Dewi Astri. (2017). *Gambaran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Remaja Putri Dalam Menggunakan Kosmetika Pemutih di SMA Swasta Kemala Bhayangkari 1 Medan Tahun 2017*.
- Kitchener. (2016). *Understanding and Promoting Intellectual Growth and Critical Thinking In Adolescents and Adults*. Developing Reflective Judgment.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. (2018). *Principles of Marketing 17 Edition*.
- Lestari, Y. P. I., Azizah, D., Cahyani, D. I., & Aulia, D. P. (2023). Edukasi Krim Berbahaya Mengandung Merkuri & Cara Cek BPOM pada Siswa Siswi SMAN 1 Alalak. *ABDIKAN:*

- Lukitasari, W. (2018). Hubungan antara Tingkat Pengetahuan dengan Ketepatan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Kulit pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Malang (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Manikandan K. (2014). *Cosmetics Usage And Its Relation To Sex, Age And Marital Status Personality and Fabric color Preferences of Girls View project*.
- Maulina, N., Nelvia, D., & Meunasah, J. H. (2021). Uji Kualitatif Dan Kuantitatif Kandungan Merkuri (Hg) Pada Krim Pemutih Wajah Yang Beredar Di Pasar Kota Pantan Labu Tahun 2021. In *Averrous: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan Malikussaleh* (Vol. 7, Issue 2).
- Melviani, M., & Rohama, R. (2022). Faktor-Faktor yang Berhubungan dalam Pengelolaan Obat atau Obat Tradisional untuk Pengobatan Sendiri di Masa Pandemi: Affecting Factors in the Management of Drug or Traditional Medicines for Self-Medication in Pandemic Times. *Jurnal Surya Medika (JSM)*, 7(2), 199-204.
- Mochlisin Faktor Rohman. (2021). Pengaruh Integrasi Media Komunikasi Terhadap Pengetahuan Pengunjung Wisata Edukasi Pertanian Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Penyuluhan*, 18(01), 36–48. <https://doi.org/10.25015/18202235890>
- Nugrahaeni, F. (2019). Tingkat Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Kosmetik Di Kecamatan Duren Sawit DKI Jakarta. *Journal of Islamic Pharmacy*, 7(2), 119–122. <https://doi.org/10.18860/jip.v7i2.16050>
- Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Mustar, T., Ramdany, R., Manurung, E., Sianturi, E., Tomponu, M., Sitanggang, Y., & Maisyarah. (2021). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan* (R. Watrianthos, Ed.).
- Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, (2019).
- POM, B. (2021). 9 Daftar Produk Kosmetik Berbahaya Mengandung Merkuri Terbaru dari BPOM. Fimela.com.
- Rahma Juliana, F. (2022). E M I K Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial "Lapar Mata": Mahasiswi, Kecantikan, Dan Perilaku Konsumtif.
- Suryani, D., & Apriani, D. (2022). Faktor-Faktor Penentu dalam Pemilihan Kosmetik Aman Non Merkuri. *Preventia : The Indonesian Journal of Public Health*, 7(2), 46.
- Pradika, Y., Djasfar, S. P., & Christiani, T. (2022). Edukasi Cara Memilih Krim Pemutih Dan Kandungan Yang Aman Untuk Kulit Wajah Kepada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kesosi*, 5(2), 64-70.
- Wulandari, A., Syaputri, F. N., Tugon, T. D. A., Rahayu, A. P., Lestari, D., & Jannah, N. R. (2022).

Analisis Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Bahaya Penggunaan Krim Pencerah Kulit Wajah yang Mengandung Merkuri di Kelurahan Pasirbiru. *FARMASIS: Jurnal Sains Farmasi*, 3(2), 61-67.