

ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN *BODYCARE* BERBAHAN KIMIA *SLS* DAN *NON-SLS* PADA GENERASI -Z (STUDI KASUS : DI POLITEKNIK SUKABUMI)

Sri Farida Utami, Syaira Aulia
Bisnis Digital, Politeknik Sukabumi
Jalan Babakan Sirna No.25 Benteng Sukabumi
srifaridautami@polteksmi.ac.id

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran konsumen terhadap komposisi bahan dalam produk perawatan pribadi semakin meningkat. Salah satu bahan yang menjadi perdebatan dalam industri kosmetik dan perawatan tubuh adalah *Sodium Lauryl Sulfate* (SLS). Permasalahan yang terjadi saat ini adalah beberapa penelitian mengungkapkan bahwa SLS dapat menyebabkan iritasi kulit dan meningkatkan sensitifitas kulit lainnya. Urgensinya muncul dari kebutuhan akan informasi yang lebih representatif untuk memungkinkan pengambilan keputusan yang responsif terhadap penggunaan produk keseharian yang akan berdampak pada kesehatan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesadaran dan pemahaman Generasi- Z mengenai alasan dan dampak SLS dan Non-SLS terhadap kesehatan dan lingkungan sekitar. Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi hubungan antara kesadaran bahan, preferensi, dan keputusan pembelian. Hasil yang di dapat dari penelitian meunjukkan bahwa factor harga produk masih menjadi pertimbangan untuk penggunaan *bodycare* berbahan non-sls. Sementara informasi produk *bodycare* berbahan sls dan nonsls didapat dari media social.

Kata kunci : *gen-Z, Body Care, Sls, Non-SLS*

1. PENDAHULUAN

Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan pembelian. Mereka cenderung lebih selektif dalam memilih produk perawatan diri dengan mempertimbangkan faktor kesehatan, keberlanjutan lingkungan, dan opini di media social [1]. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z lebih banyak menggunakan informasi dari internet, ulasan pengguna, serta rekomendasi dari influencer untuk menentukan produk yang mereka gunakan [2]. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumsi mereka dalam memilih *bodycare* berbahan SLS dan non-SLS menjadi penting untuk industri perawatan tubuh. Sukabumi sebagai salah satu daerah dengan populasi Gen Z yang cukup besar menjadi lokasi yang menarik untuk dikaji dalam konteks perilaku konsumsi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Sukabumi, jumlah penduduk usia muda di wilayah ini mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, yang menjadikannya sebagai target potensial bagi industri perawatan tubuh [3]. Meski demikian, masih minim penelitian yang secara khusus membahas preferensi dan factor yang mempengaruhi Keputusan Gen-Z di Sukabumi dalam memilih antara *bodycare* berbahan SLS dan Non-SLS. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih dalam tentang perilaku penggunaan Gen-Z dalam konteks tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen Gen Z: Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi mereka. Mereka cenderung lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan dan kesehatan, serta lebih terinformasi melalui media digital [1]. Gen Z menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk yang dianggap ramah lingkungan dan sehat. [1]. *Sodium Lauryl Sulfate* (SLS) dan dampaknya adalah surfaktan yang umum digunakan dalam produk pembersih, termasuk *bodycare*. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa SLS dapat menyebabkan iritasi kulit pada individu tertentu [4]. Studi menemukan bahwa paparan SLS yang berkepanjangan dapat mengakibatkan dermatitis kontak pada sebagian pengguna [5]. Dengan meningkatnya kesadaran akan potensi efek samping SLS, banyak produsen mulai menawarkan *bodycare* tanpa SLS sebagai alternatif yang lebih lembut dan aman untuk kulit. [6]. Penelitian menunjukkan bahwa *bodycare* non-SLS memiliki tingkat iritasi yang lebih rendah dibandingkan dengan *bodycare* yang mengandung SLS [6].

Beberapa penelitian sebelumnya telah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk perawatan diri. [4]. Studi menunjukkan bahwa transparansi merek dalam mencantumkan bahan-bahan produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen [7]. Sementara itu, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian produk perawatan diri bagi Gen Z [8].

Dengan memahami teori-teori yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini akan menganalisis bagaimana Gen Z di Sukabumi memandang dan memilih produk *bodycare* berbahan SLS dan non-SLS berdasarkan preferensi, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka, serta dampak tren perawatan diri terhadap pilihan mereka.

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian yang pertama yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Riestian Ramadhany yang berjudul “Pengaruh Sodium Lauryl Sulfat pada Kemampuan Membersihkan Sampo Anti Ketombe dan *Bodycare* Badan”. Tujuan dari penelitian ini meneliti efek SLS pada efektivitas pembersihan produk perawatan pribadi. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun SLS meningkatkan kemampuan membersihkan dan pembentukan busa, ada kekhawatiran terkait efek sampingnya pada kulit, seperti iritasi. Penelitian kedua yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Eryani yang berjudul “Optimasi Sodium Lauryl Sulfat (SLS) dan asam stearate pada Formula Sediaan *Bodycare* Cair Ekstrak Etanol Daun Sirih Hijau (*Piper betle* L.)”. Tujuan penelitian ini untuk mengoptimalkan konsentrasi SLS dan asam stearat dalam formulasi *bodycare* cair. Hasilnya menunjukkan bahwa peningkatan konsentrasi SLS meningkatkan kemampuan membersihkan, namun perlu keseimbangan untuk menghindari potensi iritasi kulit.

2.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik data yang dikumpulkan dari suatu kelompok atau fenomena tertentu. Menurut Sugiyono, analisis deskriptif adalah cara untuk mengolah data agar dapat memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti. Metode ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau membuat generalisasi, melainkan untuk menjelaskan kondisi apa adanya berdasarkan data yang diperoleh. Dalam konteks penelitian tentang penggunaan produk *bodycare* berbahan dasar kimia seperti *Sodium Lauryl Sulfate (SLS)* dan non-SLS, analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola penggunaan, preferensi konsumen, tingkat pengetahuan terhadap kandungan bahan, serta persepsi mereka terhadap keamanan dan efek samping dari masing-masing jenis produk. Sejalan dengan pendapat Nazir, analisis deskriptif sangat tepat digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku konsumen karena dapat menampilkan informasi yang konkret dan mudah dipahami dalam bentuk tabel, grafik, atau diagram. Dengan demikian, melalui pendekatan deskriptif, peneliti dapat memperoleh gambaran umum mengenai bagaimana konsumen memilih dan menggunakan

produk *bodycare* yang mengandung bahan kimia tertentu, serta bagaimana mereka membandingkan antara produk berbasis SLS dan non-SLS.

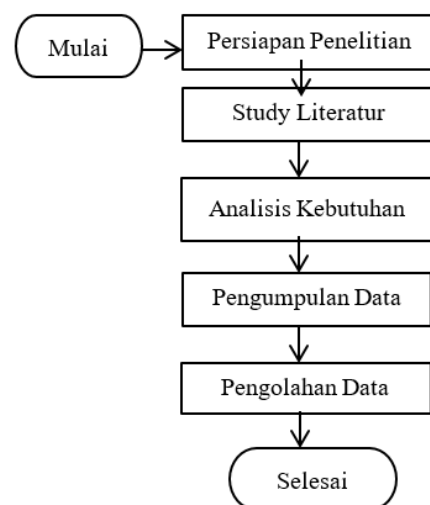
2.2. Statistical Product and Service Solutions (SPSS)

Statistical Product and Service Solutions, dikenal juga sebagai SPSS, adalah perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data statistik, salah satunya mencakup bagian analisis statistik deskriptif seperti mean, median, modus, kuartil, persentil, *range*, distribusi, varians, standar deviasi, standar error, dan nilai kemiringan. Selain itu, SPSS juga mendukung statistik parametrik dan non Parametrik termasuk uji *crosstab*, *binomial*, *chi square*, *kolomogorov Smirnov*, dan lainnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum atau generalisasi. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling*. Alasan penulis menggunakan sampel holistik (*total sampling*) adalah karena populasi yang disurvei kurang dari 100.

Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan melalui media sosial. Kuesioner mencakup pertanyaan terkait preferensi produk, alasan pemilihan, frekuensi penggunaan, serta tingkat kesadaran terhadap kandungan bahan kimia. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan software SPSS. Hasil analisis digunakan untuk melihat kecenderungan perilaku serta hubungan antara tingkat pengetahuan dengan pilihan produk *bodycare* yang digunakan.



Gambar 1. Alur Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi Gen Z di Sukabumi terhadap *bodycare* berbahan SLS dan non-SLS, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa kesadaran akan kesehatan dan lingkungan semakin meningkat di kalangan Gen Z, meskipun faktor harga dan kebiasaan masih berperan penting dalam keputusan mereka. Mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan *bodycare* berbahan SLS (60,7%), sementara 39,3% memilih *bodycare* non-SLS. Mereka yang tetap menggunakan *bodycare* SLS umumnya mempertimbangkan harga yang lebih murah dan ketersediaan produk yang lebih luas, sedangkan pengguna *bodycare* non-SLS lebih mempertimbangkan keamanan bahan, manfaat bagi kesehatan kulit, dan dampak lingkungan.

4.1. Analisis Deskriptif Responden

Sebelum masuk ke analisis statistik, dilakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden. Responden dalam penelitian ini adalah **28 orang Gen Z** di Sukabumi yang telah menggunakan *bodycare* berbahan SLS maupun non-SLS.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik	Kategori	Frek	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Pria	14	17,9
		Wanita	14	82,1
2.	Usia	<18 tahun	5	50
		18-25 tahun	23	50
3.	Jenis <i>Bodycare</i> Yang Digunakan	SLS	11	39,3
		Non-SLS	17	60,7

Dari tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas Gen Z di Sukabumi sudah menggunakan *bodycare* berbahan Non-SLS (60,7%), sementara 39,3% masih menggunakan *bodycare* SLS.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif Responden

Tabel 2. Media Pengetahuan *Bodycare* *Bodycare* SLS dan Non-SLS

Darimana mengetahui informasi tentang sls				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid internet/media sosial	12	42.9	42.9	42.9
saran dari teman/keluarga	2	7.1	7.1	50.0
informasi di label produk	2	7.1	7.1	57.1
artikel ilmiah	2	7.1	7.1	64.3
lainnya	10	35.7	35.7	100.0
Total	28	100.0	100.0	

Sumber: data diolah menggunakan spss

Berdasarkan tabel di atas yang sudah di olah menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa media social merupakan media untuk mendapatkan informasi yang paling dominan dalam Keputusan konsumen untuk memilih *bodycare* sls dan Non- SLS.

Tabel 3. Faktor yang mempengaruhi pemilihan *bodycare* berbahan non-sls

alasan memilih sabun non sls				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid lembut di kulit	4	14.3	14.3	14.3
tidak menyebabkan iritasi	10	35.7	35.7	50.0
ramah lingkungan	4	14.3	14.3	64.3
lainnya	7	25.0	25.0	89.3
ramah lingkungan,tidak menyebabkan iritasi	1	3.6	3.6	92.9
lembut di kulit,tidak menyebabkan iritasi, ramah lingkungan	2	7.1	7.1	100.0
Total	28	100.0	100.0	

Sumber: data diolah menggunakan spss

Berdasarkan tabel 3. Diketahui bahwa beberapa factor yang menjadi alasan utama konsumen dalam memilih *bodycare* Non-SLS. Dan yang menjadi dominasi responden dalam memilih adalah tidak menyebabkan iritasi dikarenakan menggunakan bahan alami dan aman. Sementara itu factor lain yang berpengaruh besar dalam memilih *bodycare* non-sls yaitu (harga, ketersediaan produk, dan kesadaran Kesehatan), lembut di kulit serta ramah lingkungan.

Tabel 4. Faktor yang mempengaruhi pemilihan *Bodycare* SLS
alasan utama memilih sabun sls

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid non sls harganya mahal	6	21.4	21.4	21.4
isinya sedikit	7	25.0	25.0	46.4
produknya susah dicari di indomaret/alfa	10	35.7	35.7	82.1
non sls harganya mahal, produknya susah dicari di indomaret/alfa	4	14.3	14.3	96.4
non sls harganya mahal, isinya sedikit, produknya susah dicari di indomaret/alfa	1	3.6	3.6	100.0
Total	28	100.0	100.0	

Sumber: data diolah menggunakan spss

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa factor-faktor menjadi alasan utama konsumen dalam memilih *bodycare* SLS. Factor yang mendominasi konsumen dalam memilih *bodycare* SLS yaitu produknya mudah dicari di indomaret/alfamart tetapi minusnya isinya sedikit. Alasan yang paling dominan adalah **produk non-SLS sulit dicari di Indomaret/Alfamart**, dengan persentase valid sebesar **35,7%**. Ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih sabun yang mengandung SLS.

Tabel 5. Faktor Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap pemilihan *bodycare* SLS & Non-SLS

pengalaman memakai sabun					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat puas	6	21.4	21.4	21.4
	puas	7	25.0	25.0	46.4
	biasa saja	13	46.4	46.4	92.9
	kurang puas	2	7.1	7.1	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber: data diolah menggunakan spss

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna *bodycare* sls dan Non-sls cenderung biasa saja karena merasa produk yang dipakai bagus, lembut di kulit (terkadang ada body care yang bertekstur kasar di kulit), dan tidak menyebabkan iritasi

Data di tabel 6 menunjukkan bahwa pentingnya bahan yang terkandung dalam *Bodycare* SLS dan Non-

Sls. Dikarenakan penting untuk Kesehatan dan keamanan kulit

Tabel 6. Kepentingan Konsumen terhadap kandungan *Bodycare* berbahan SLS dan Non-SLS
kepentingan kandungan bahan sabun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat penting	11	39.3	39.3	39.3
	penting	13	46.4	46.4	85.7
	tidak terlalu penting	3	10.7	10.7	96.4
	tidak penting	1	3.6	3.6	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber: diolah menggunakan spss

4.3. Analisis Perbandingan Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis *Bodycare* (T- Uji Independent)

Untuk memahami lebih lanjut perbedaan antara pengguna *Bodycare* sls dan Non-sls, dilakukan analisis rata – rata skor Keputusan pembelian berdasarkan kelompok pengguna.

Tabel 7. Perbandingan Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis *Bodycare*

No	Variabel	Pengguna <i>Bodycare</i> SLS	Pengguna <i>Bodycare</i> Non-Sls	(p-value)
1.	Pengaruh Harga	4,3	3,5	0.002 (p < 0,05)
2.	Kesadaran Kesehatan	3,2	4,5	0.000 (p < 0,05)
3.	Pengaruh Media Sosial	3,8	4,2	0,010 (p < 0,05)

Berdasarkan hasil analisis data di atas peneliti mendapatkan hasil bahwa : Harga lebih memiliki pengaruh pada pengguna *bodycare* sls karena p-value < 0,05 perbedaan ini signifikan yang berarti pengguna dengan sensitifitas harga tinggi cenderung tetap menggunakan produk berbahan sls dikarenakan cenderung lebih murah, Kesadaran Kesehatan lebih tinggi pada pengguna *bodycare* non-sls karena mereka lebih mempertimbangkan faktor keamanan kandungan bahan baku dalam Keputusan pembelian. Terakhir Media Sosial lebih berpengaruh pada pengguna *bodycare* non-sls, yang mengindikasikan bahwa mereka cenderung mengikuti tren dan informasi kampanye digital dan review produk dari media sosial dalam memilih produk perawatan kulit yang memiliki dampak signifikan terhadap kesadaran pengguna. Pengguna *bodycare* non-sls juga lebih terpengaruh oleh informasi dari media sosial dalam memilih produk.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis perilaku konsumen di kalangan Gen Z Sukabumi terhadap *bodycare* berbahan SLS dan non-SLS, ditemukan bahwa faktor-faktor seperti kesadaran kesehatan, harga, dan pengaruh media sosial memainkan peran penting dalam preferensi konsumen. Gen Z yang lebih peduli dengan kesehatan cenderung memilih *bodycare* non-SLS, karena mereka lebih

sadar akan kandungan bahan yang digunakan dan dampaknya terhadap kulit. Sementara itu, kelompok yang tetap menggunakan *bodycare* berbahan SLS umumnya lebih mempertimbangkan faktor harga dan ketersediaan produk, karena *bodycare* berbahan sls lebih mudah ditemukan dan harganya lebih terjangkau.

Selain itu, media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian Gen Z. Konsumen yang lebih aktif di media sosial cenderung lebih terpapar informasi mengenai manfaat *bodycare* non-SLS, sehingga lebih terbuka untuk mencoba produk tersebut. Namun, masih banyak konsumen yang ragu-ragu dalam merekomendasikan *bodycare* non-SLS, yang menunjukkan bahwa edukasi mengenai manfaat produk ini masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti kampanye edukasi melalui media sosial dan testimoni pengguna, dapat membantu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengguna terhadap produk non-sls di kalangan Gen Z Sukabumi. Secara Keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran Kesehatan dan informasi yang didapat dari media sosial menjadi faktor utama dalam perubahan perilaku pengguna Gen Z terhadap produk perawatan diri, khususnya dalam memilih *bodycare* berbahan sls dan non-sls.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. S. and D. P. , "Pengaruh Green Product dan Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli Generasi Z," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 15, 2023
- [2] A. R. L. D. and M. H. , "Peran Influencer dan Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Generasi Z," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vols. 14, no. 1, pp. 45–56, , 2022
- [3] B. P. Statistik Sukabumi, "Sukabumi: BPS,," *"Statistik Penduduk Kota Sukabumi 2023,"* , 2023
- [4] J. S. ""Consumer Preference for Sustainable Personal Care Products,"," *Journal of Consumer Studies*,, Vols. 28, no. 4, pp. 220–228, 2019
- [5] T. B. K. L. and M. C. , ""Effects of SLS on Skin Health: A Clinical Review,"," *Dermatology Research Journal*,, Vols. vol. 11, no. 2, pp. 80–88,, 2020
- [6] L. G. ""Comparative Study of SLS and Non-SLS Bodycare Products,"," *International Journal of Cosmetic Science*,, Vols. vol. 40, no. 3, pp. 150–158, 2018
- [7] J. S. R. K. and A. T. , "Brand Transparency and Consumer Loyalty in Skincare Industry," *Asian Journal of Marketing*,, Vols. 12, no. 1, pp. 33–42,, 2020
- [8] H. L. and Y. K. , "Social Media Influence on Skincare Product Purchase Decision Among Gen Z," *Journal of Digital Marketing Research*,, Vols. 9, no. 1, pp. 77–85, , 2021
- [9] U. P.Y, H. S and A. T, "Pengaruh Sodium Lauril Sulfat pada kemampuan membersihkan produk sabun," *Jurnal Kimia dan Lingkungan*
- [10] H. N and A. N, "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kecantikan oleh Gen Z," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*
- [11] W. B and S. R, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Produk Kesehatan Kulit," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- [12] Rahmat, Rizal, Taufik and Dari, "Persepsi Konsumen terhadap Produk Sabun SLS dan Non-SLS di Pasar Modern," *Jurnal Pemasaran Indonesia*.
- [13] A. K. Febriani, R. F. Balfas and C., "Pengaruh Variasi Minyak Sawit dan Zaitun terhadap Kualitas Sabun Padat Non-SLS Ekstrak Daun Jambu Biji Merah (Psidium Guanjava)," *Jurnal Ilmiah Farmasi*.
- [14] A. D. A. and R, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Sabun SLS dan Non-SLS di Sukabumi," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*
- [15] S. Y. S. and M, "Perbandingan Kepuasan Konsumen terhadap Sabun Berbasis SLS dan Non-SLS," *Jurnal Ilmu Manajemen*
- [16] F. T. S. and D, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Sabun dengan Bahan SLS di Sukabumi," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*
- [17] P. R. D and H. U, "Preferensi Konsumen di Sukabumi Terhadap Sabun dengan SLS dan Non-SLS,," *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*
- [18] H. A. B. and T, "Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Sabun SLS dan Non-SLS di Pasar Sukabumi," *Jurnal Kimia dan Kesehatan*
- [19] S. A. F and S. P, "Kepuasan Konsumen terhadap Sabun Non-SLS: Studi Kasus di Sukabumi," *Jurnal Ilmu Pemasaran*
- [20] N. R. H, D. and W., "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen Terhadap Sabun dengan Kandungan SLS dan Non-SLS di Sukabumi," *Jurnal Ekonomi dan Studi Pemasaran*
- [21] R. H. Ningsih, S. F. Utami and L. Liliawati , "STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA PT. SETIABUDI PERSADA SUKABUMI," *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi dan Teknologi*, Vols. 1 No.4, , 2024