

**LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK LAPANGAN HERBAL
INDUSTRY PRACTICE CV. ANNAUFA**



**Universitas
Alma Ata**

The Globe Inspiring University

Oleh :

Siti Nurul Izzah : 210500388

Suci Rahmawati : 210500398

Tiara Anggraeni : 210500392

Ulfah Rachmah D.K. : 210500393

Zahratuss'adah : 210500395

PROGRAM STUDI SARJANA FARMASI

FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN

UNIVERSITAS ALMA ATA

YOGYAKARTA

2024/2025

LEMBAR PENGESAHAN**LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK LAPANGAN HERBAL INDUSTRY
PRACTICE CV. ANNAUFA**

Oleh:

Siti Nurul Izzah : 210500388

Suci Rahmawati : 210500389

Tiara Anggraeni : 210500392

Ulfah Rachmah D.K. : 210500393

Zahratussa'adah : 210500395

Pembimbing Lahan Praktik Industri,

apt. Sutrimo Usali R, M.Farm

Tanggal...10 Januari 2025

**Dosen Pembimbing Akademik di Lahan Industri,**

apt. Annisa Fatmawati, M.Farm

Tanggal...10 Januari 2025

Mengetahui,**Ketua Program Studi S1 Farmasi****Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan Universitas Alma Ata**

(apt. Rizal Fauzi, M.Clin.,Pharm)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah Subhaanahu Wa Ta'ala, shalawat dan salam untuk Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya sehingga kami dapat menyelesaikan laporan kegiatan praktik kerja lapangan (PKL) di CV.An Naufa .selama 2 minggu ini dengan baik .Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggung jawaban dari pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) yang dilaksanakan pada tanggal 18 November-30 November 2024

Kegiatan Herbal industri practice merupakan sarana untuk mengembangkan wawasan kefarmasian selama memperoleh teori di perkuliahan penulis menyadari sepenuhnya bahwasanya tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak,maka sangatlah sulit untuk menyelesaikan laporan ini,untuk itu pada kesempatan kali ini kami mengucapkan terima kasih,terutama pada:

1. Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS, Sc.D, Sp.GK. selaku rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta.
2. Dr. Yhona Paratmanitya, S.Gz., MPH., RD selaku dekan fakultas ilmu-ilmu kesehatan Universitas Alma Ata Yogyakarta.
3. apt. Rizal Fauzi, M. Clin., Pharm selaku ketua program studi sarjana Farmasi Universitas Alma Ata Yogyakarta.
4. apt. Sutrimo Usali R, M.Farm selaku pembimbing lahan praktik industri.
5. sapt. Annisa Fatmawati, M.Farm selaku dosen pembimbing praktik lapangan.
6. Seluruh staff karyawan Cv.An Naufa.
7. Seluruh bapak/ibu dosen farmasi yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan.

Yogyakarta,02 Desember 2024

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| BAB I PENDAHULUAN | 5 |
| A. Latar Belakang | 5 |
| B. Tujuan Praktik Lapangan..... | 6 |
| C. Manfaat Praktik Lapangan (PL)..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN UMUM IKOS..... | 7 |
| A. Ketentuan Umum Ikos | 7 |
| B. Regulasi..... | 7 |
| C. Pendirian IKOS..... | 7 |
| D. Tugas dan Wewenang | 8 |
| BAB III PEMBAHASAN | 9 |
| A. Waktu, Tempat dan Teknis Pelaksanaan..... | 9 |
| B. Sejarah IKOS | 9 |
| C. Tujuan Pendirian IKOS | 9 |
| D. Pengelolaan IKOS | 9 |
| 1. Sumber Daya Manusia (SDM)..... | 9 |
| 2. Sarana dan Prasarana..... | 10 |
| E. Produksi..... | 11 |
| F. QA..... | 13 |
| G. QC..... | 14 |
| H. RnD..... | 15 |
| I. Strategi Pengembangan..... | 15 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kosmetik (IKOS) merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan paling pesat di dunia, termasuk di Indonesia. Menurut laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai pasar industri kosmetik Indonesia meningkat signifikan selama dekade terakhir, didorong oleh perubahan gaya hidup, peningkatan kesadaran konsumen akan pentingnya perawatan kulit, dan inovasi produk berbasis bahan alami.

Permintaan akan produk kosmetik yang aman dan berkualitas mendorong pemerintah untuk memperketat regulasi melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Regulasi ini mencakup sertifikasi Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) sebagai standar wajib bagi perusahaan kosmetik. Hal ini tidak hanya bertujuan menjamin keamanan produk tetapi juga meningkatkan daya saing produk kosmetik lokal di pasar global (1).

Di sisi lain, tren keberlanjutan (sustainability) dan penggunaan bahan baku alami semakin menjadi perhatian utama, sejalan dengan kebutuhan konsumen terhadap produk ramah lingkungan. Banyak perusahaan kosmetik mulai beralih ke bahan-bahan yang berasal dari tumbuhan lokal, yang memberikan nilai tambah dari aspek ekonomi dan ekologis. Upaya ini juga mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor kosmetik di Indonesia.

Namun, tantangan dalam pengembangan IKOS tidak sedikit. Proses pengurusan izin edar BPOM, penerapan standar CPKB, dan pengembangan inovasi produk sering kali menjadi kendala utama bagi pelaku usaha, khususnya UMKM. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara regulasi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga penelitian untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan industri ini.

Melalui penelitian dan pengembangan yang berkelanjutan, industri kosmetik tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan pasar lokal, tetapi juga membuka peluang ekspor ke pasar global. Dengan penerapan standar yang

ketat, inovasi produk, dan keberlanjutan, IKOS dapat menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional.

B. Tujuan Praktik Lapangan

1. Memahami dan mengetahui manajemen perusahaan di sektor kosmetik, termasuk struktur organisasi, tugas dan fungsinya, serta tata letak fasilitas produksi kosmetik.
2. Mengidentifikasi pekerjaan kefarmasian di industri kosmetik, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan produk perawatan kulit dan kecantikan.
3. Memahami regulasi serta prosedur pendirian industri kosmetik, termasuk persyaratan perizinan BPOM, CPKB, dan sertifikasi lainnya.
4. Mengetahui proses produksi kosmetik di industri, meliputi formulasi produk, pengemasan, kontrol kualitas, serta regulasi yang terkait dengan notifikasi produk ke BPOM.

C. Manfaat Praktik Lapangan (PL)

1. Mahasiswa dapat menambah pengetahuan dan pengalaman tentang industri kosmetik dengan melakukan observasi langsung ke fasilitas produksi.
2. Mahasiswa mampu memahami proses produksi kosmetik dan menghubungkannya dengan teori serta praktik yang diperoleh selama perkuliahan.
3. Mahasiswa dapat memperoleh wawasan langsung tentang sistem kerja di industri kosmetik, termasuk aspek manajemen, operasional, dan regulasi yang diterapkan.

BAB II

TINJAUAN UMUM IKOS

A. Ketentuan Umum Ikos

Menurut Peraturan BPOM Nomor 17 Tahun 2023 tentang Pedoman Dokumen Informasi Produk Kosmetik, industri kosmetik didefinisikan sebagai usaha yang memproduksi bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia, seperti kulit, rambut, kuku, dan bibir, untuk membersihkan, mempercantik, atau melindungi tubuh. Regulasi ini memastikan bahwa kosmetik yang diedarkan harus memenuhi standar keamanan, kemanfaatan, dan mutu yang ditetapkan.

B. Regulasi

Regulasi dalam industri kosmetik di Indonesia diatur oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Menurut Peraturan BPOM Nomor 17 Tahun 2023, setiap produk kosmetik yang diedarkan wajib:

1. Memiliki Notifikasi: Produk harus mendapatkan izin edar dari BPOM setelah memenuhi persyaratan keamanan dan mutu.
2. Mengikuti Standar CPKB: Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) bertujuan menjaga kualitas produk melalui pengelolaan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi.
3. Menaati Aturan Penandaan: Label dan klaim kosmetik harus sesuai dengan persyaratan teknis untuk melindungi konsumen dari informasi yang menyesatkan.

C. Pendirian IKOS

Menurut regulasi yang berlaku, pendirian industri kosmetik mencakup beberapa langkah penting:

1. Izin Usaha: Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176 Tahun 2010 tentang Notifikasi Kosmetika, pelaku usaha wajib memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat CPKB sebelum memulai produksi.
2. Dokumen Informasi Produk (DIP): DIP menjadi dokumen wajib yang mencakup data keamanan, kemanfaatan, dan mutu produk

kosmetik sebelum mendapatkan notifikasi dari BPOM.

3. Fasilitas Produksi: Fasilitas harus memenuhi standar kebersihan dan efisiensi sesuai dengan pedoman CPKB.

D. Tugas dan Wewenang

Tugas dan wewenang dalam IKOS mengacu pada pembagian fungsi di berbagai divisi utama:

1. Gudang

Menurut Peraturan BPOM Nomor 17 Tahun 2023, gudang bertanggung jawab atas pengelolaan bahan baku dan produk jadi, memastikan penyimpanan aman sesuai standar untuk menghindari kontaminasi.

2. Regulasi

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1176 Tahun 2010, divisi regulasi memastikan semua aktivitas perusahaan sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk notifikasi produk dan audit internal.

3. QA

Menurut pedoman CPKB, QA bertanggung jawab memastikan proses produksi berjalan sesuai dengan standar mutu dan melakukan audit berkala untuk menjaga kepatuhan regulasi.

4. QC

QC bertugas melakukan pengujian bahan baku, produk antara, dan produk jadi untuk memastikan setiap batch memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

5. RnD

Berdasarkan Peraturan BPOM, RnD bertugas mengembangkan formula baru, melakukan uji stabilitas, dan memastikan keamanan produk sebelum distribusi massal.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Waktu, Tempat dan Teknis Pelaksanaan

1. Waktu pelaksanaan praktik lapangan
Praktek lapangan industri mahasiswa farmasi semester 7 periode II dilaksanakan selama 2 minggu pada tanggal 11 November s/d 22 November 2024.
2. Tempat pelaksanaan praktik lapangan
Kegiatan ini dilaksanakan di CV. An naufa Sundi Kidul RT 27, Sundi Kidul, Argorejo, Kec. Sedayu, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55752.
3. Teknis pelaksanaan
 - a. Pembekalan materi.
 - b. Melakukan Pengamatan proses produksi (penimbangan bahan,mixing, dan filling).
 - c. Pengamatan proses pengemasan (coding kode batch dan tanggal expired, penempelan stiker,dan mengemas produk).
 - d. Pembuatan formula produk krim wajah dan lotion.

B. Sejarah IKOS

C. Tujuan Pendirian IKOS

D. Pengelolaan IKOS

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di industri kosmetik dapat dilakukan dengan cara:

- a) Melakukan pelatihan dan pengembangan SDM.
- b) Memilih karyawan terbaik.
- c) Memberikan target pekerjaan yang jelas.
- d) Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk meningkatkan kemampuan dengan mengikuti pelatihan
- e) Memberikan apresiasi

f) Memberikan jenjang karir yang jelas

Dalam industri kosmetik yang sedang berkembang, SDM yang berkualitas sangat dibutuhkan. Beberapa metode pengembangan SDM yang dapat dilakukan adalah:

Pelatihan atau training, Magang, Pendidikan, Rotasi kerja, Studi banding, Uji kompetensi, Coaching, Outbond. Selain itu, perencanaan sumber daya material juga penting bagi industri kosmetik. Hal ini dikarenakan peraturan ketat yang diberlakukan pada pertimbangan kualitas dan hukum.

2. Sarana dan Prasarana

Pengelolaan sarana dan prasarana industri kosmetik meliputi:

- a) Perizinan, Industri kosmetik yang akan memproduksi kosmetik harus memiliki izin produksi yang diberikan oleh Direktur Jenderal.
- b) Pembersihan dan perawatan, Ruangan produksi dan peralatan harus dibersihkan dan dirawat untuk mencegah kontaminasi silang dan risiko campur baur antara kosmetika dan produk lain.
- c) Persetujuan penggunaan fasilitas, Jika industri kosmetik akan memproduksi produk lain yang menggunakan sarana dan peralatan yang sama dengan kosmetika, maka harus mengurus.
- d) Persetujuan Penggunaan Fasilitas Produksi Kosmetika Bersama, Jika industri kosmetik akan memproduksi produk lain yang menggunakan sarana dan peralatan yang sama dengan kosmetika, maka harus mengurus Persetujuan Penggunaan Fasilitas Produksi Kosmetika Bersama.
- e) Ruangan, Ruangan di industri kosmetik terdiri dari ruangan pengolahan, ruangan non-pengolahan, ruang ganti, dan toilet.
- f) Penimbangan, penyimpanan, dan pencucian, Di industri kosmetik juga terdapat area penimbangan, penyimpanan produk antara, pencucian alat, dan penyimpanan alat bersih.
- g) Pencampuran dan pengemasan, Industri kosmetik juga terdapat area pencampuran dan pengemasan primer atau pengisian.

E. Gudang

Gudang adalah sebuah bangunan atau ruangan yang digunakan sebagai tempat penyimpanan semua bahan di pabrik. Di dalam gudang terdapat tiga aktivitas utama yaitu proses penerimaan barang, proses penyimpanan barang, dan proses pendistribusian barang. Aktivitas di dalam gudang tersebut yang dinamakan dengan pergudangan. Fungsi utama gudang adalah tempat penyimpanan bahan-bahan mentah (raw material), barang setengah jadi (intermediate goods), maupun produk yang telah jadi (finish goods).

Menurut Wijayanti (Pradnya, 2020) fungsi gudang menurut aktivitasnya yaitu:

1. Receiving, adalah kegiatan yang mencakup penerimaan barang yang tiba di gudang, mengecek jumlah dan kualitas barang dan mengirimkan barang tersebut ke lokasi penyimpanan atau tempat lain yang membutuhkan nya.
2. Inspection and quality control, merupakan proses receiving untuk meyakinkan kualitas barang yang dikirim oleh penyuplai sesuai dengan order. Pemeriksaan dapat dilakukan dengan visual ataupun dengan cara uji laboratorium.
3. Repackaging, aktivitas memecah produk yang diterima dalam kuantitas yang besar dari penyuplai lalu dikemas kembali dalam kuantitas yang lebih kecil atau menggabungkan beberapa bentuk produk. Pelabelan kembali dilakukan ketika produk yang diterima tanpa tanda yang mudah dibaca oleh sistem atau manusia yang bertujuan untuk pengidentifikasian.
4. Putaway, aktivitas pada saat barang telah sampai di gudang dan dicek dokumen barang tersebut, selanjutnya adalah penempatan barang di dalam gudang sesuai dengan ketersediaan tempat di gudang.
5. Storage, merupakan tempat penyimpanan barang bisa berbentuk raw material, barang setengah jadi dan barang jadi.
6. Order Picking, proses berpindahnya barang dari gudang yang sudah sesuai permintaan. Proses ini merupakan sebuah kegiatan

pemindahan barang dari tempat penyimpanan sesuai dengan order dari pelanggan atau yang membutuhkan.

7. Sortation, proses pembagian barang sesuai permintaan individu atau tempat yang membutuhkan dan membuat perhitungan sesuai jumlah barang yang dibutuhkan.
8. Packaging and shipping, aktivitas yang terdiri dari pengecekan order, memuat barang pada container, menyiapkan dokumen pengiriman barang, penimbangan barang untuk memasang harga pengiriman, dan mengakumulasi order sampai memuat barang ke dalam truk.
9. Cross docking, aktivitas penerimaan barang di gudang kemudian langsung dilakukan proses pengiriman barang.
10. Replenishing, aktivitas pengisian kembali tempat pengambilan utama di gudang.

F. Produksi

produksi merupakan semua kegiatan dimulai dari pengolahan sampai dengan pengemasan untuk menjadi produk jadi (CPKB,2023).IPC (in process control) adalah pengawasan yang dilakukan selama proses produksi untuk memastikan kualitas produk sesuai dengan spesifikasi. Tugas produksi dan tanggung jawab kepala bagian produksi :

1. Perencanaan produksi
 - Menentukan jumlah produk yang akan diproduksi berdasarkan permintaan pasardan kapasitas produksi.
 - Membuat jadwal produksi yang efisien.
 - Mengatur penggunaan bahan baku dan kemasan.
2. Pengendalian produksi
 - Memastikan proses produksi berjalan sesuai dengan standar operasional prosedur.
 - Melakukan pengawasan kualitas produk disetiap tahap produksi.
 - Mengatasi masalah produksi yang timbul.
3. Pengembangan produk

- Bekerja sama dengan tim riset dan pengembangan untuk menciptakan produk baru.
- Melakukan uji coba produk baru.
- Memperbaiki formula produk yang sudah ada .

Tanggung jawab utama :

1. Kualitas produk

- Menjamin kualitas produk sesuai dengan standar yang ditetapkan.
- Menetapkan system pengendalian mutu yang baik.

2. Efisiensi produk

- Mencari cara untuk meningkatkan efisiensi produksi.
- Mengurangi biaya produksi.
- Meningkatkan produktivitas.

Kepala bagian produksi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan kosmetik mereka bertanggung jawab atas kualitas, kuantitas, dan efisiensi produksi. Dengan keterampilan dan pengetahuan yang tepat, dapat memastikan produk kosmetik yang aman, berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan produksi di Cv. An Naufa menghasilkan beberapa produk diantaranya :

1. Shirami shampoo, yaitu sampo yang digunakan untuk membasmi kutu rambut
2. Macho, yaitu minyak rambut yang berfungsi sebagai nutrisi penyubur rambut

G. QA

1. Memeriksa bahan baku yang akan digunakan dalam produksi kosmetik termasuk bahan aktif, bahan pengisi, pewarna, dan bahan lainnya.
2. Bahan baku harus memenuhi standar kualitas dan keselamatan sebelum digunakan.
3. Bekerja dengan tim pengembangan untuk menetapkan spesifikasi bahan baku yang harus dipenuhi untuk memastikan kualitas dan keselamatan produk.

4. Mengawasi validasi proses produksi untuk memastikan bahwa proses tersebut dapat menghasilkan produk kosmetik yang konsisten.
5. Memantau dan mengendalikan proses produksi untuk memastikan bahwa parameter-parameter yang penting untuk kualitas dan keselamatan terjaga sesuai dengan spesifikasi.
6. Uji kualitas dilakukan selama berbagai tahap produksi untuk memastikan produk berada dalam batas spesifikasi yang ditetapkan.
7. Produk setengah jadi diperiksa untuk mengidentifikasi potensi masalah sebelum produk mencapai tahap akhir produksi.
8. Dokumentasi lengkap tentang semua langkah produksi, pengujian, dan validasi disimpan dan dikelola dengan baik oleh QA.
9. Karyawan yang terlibat dalam produksi kosmetik diberi pelatihan mengenai prinsip-prinsip CPKB dan prosedur kerja yang harus diikuti.
10. Jika ada perubahan dalam proses produksi atau formulasi, QA mengelola perubahan ini dengan hati-hati dan memastikan perubahan tersebut tidak merusak kualitas dan keselamatan produk.
11. Jika ada masalah atau kualitas produk tidak sesuai, QA melakukan penyelidikan untuk menemukan penyebabnya dan mengambil tindakan korektif.
12. Merencanakan dan melaksanakan audit internal secara rutin untuk memastikan system manajemen kualitas berjalan efektif.
13. Memantau kinerja produk dipasaran dan merespons laporan masalah kualitas pasca-pasar dengan tindakan yang sesuai.

H. QC

1. Melakukan pemeriksaan terhadap produk kosmetik untuk memastikan tidak ada cacat, kerusakan atau ketidaksesuaian.
2. Melakukan pengujian laboratorium terhadap produk untuk memastikan kualitasnya sesuai dengan spesifikasi.

3. Mengambil sampel produk secara acak untuk diuji di laboratorium.
4. Merekam hasil pemeriksaan dan pengujian secara detail.
5. Menolak produk yang tidak memenuhi standar kualitas dan memberikan rekomendasi tindakan menjaga konsistensi produk dari waktu ke waktu.

I. RnD

RnD adalah suatu proses dimana sebuah industri kosmetik melakukan riset untuk menemukan pengetahuan baru dan mengembangkannya menjadi produk baru Tanggung jawab :

1. Mengembangkan produk baru dan proses produksi yang lebih baik.
2. Melakukan riset produk dan riset pasar untuk keperluan RnD.
3. Bertanggung jawab untuk solusi dari keluhan dan tren keinginan konsumen.
4. Menyiapkan dokumen pendaftaran perizinan yang diperlukan.
5. Merekrut, mengarahkan, melatih, dan monitoring staff jika diperlukan.
6. Menghitung dan mengoptimasi cost (COGS) produk baru maupun produk yang sudah ada.
7. Menganalisis produk dan strategi pemasaran competitor.
8. Melalui inovasi produk tim RnD membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya.

J. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan yang sangat penting dilakukan oleh Cv.An Naufa adalah terus mengembangkan produk-produknya. pengembangan produk senantiasa melihat kebutuhan konsumen dan tren kosmetik yang ada misalnya berfokus pada bahan kosmetik alami contohnya kosmetik yang zat aktifnya berupa tanaman centella asiatica dan meningkatkan strategi pemasaran yang mumpuni dapat meningkatkan penjualan produk Cv.An Naufa.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan praktik kerja lapangan yang telah dilakukan di Cv.An Naufa dapat menyimpulkan bahwa industri kosmetik merupakan sektor yang terus berkembang, proses produksi kosmetik melibatkan berbagai tahapan yang kompleks, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan produk akhir, mahasiswa telah memperoleh pemahaman yang lebih mengenai :

1. Proses produksi : mulai dari penimbangan bahan baku, proses mixing produk, hingga pengemasan produk.
2. Proses pencetakan nomor bets produk.

B. Saran

Diharapkan Cv.An Naufa:

1. Mampu meningkatkan kualitas teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan kualitas produksi.
2. Mampu meningkatkan pengembangan suatu produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan bersaing dengan kompetitor.
3. Penguatan branding lebih fokus untuk merk yang kuat dan mudah diingat oleh masyarakat luas.
4. Pelatihan secara berkala untuk karyawan agar meningkatkan kemampuan, keterampilan, pengetahuan karyawan.
5. Memberi jangka waktu Praktik kerja lapangan yang lebih lama lagi karena di industri banyak aspek yang harus dipelajari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwaluyo, E. (2016). #HalaldariAwal, Cara Wardah Kukuhkan Diri Sebagai Pionir Kosmetik Halal. *Marketeers*. <https://marketeers.com/halaldariawal- cara-wardah- kukuhkan-diri-sebagai-pionir-kosmetik-halal/>
- Alhedhaif, S., Lele, U., & Kaifi, B. A. (2016). Brand Loyalty and Factors Affecting Cosmetics Buying Behavior of Saudi Female Consumers. *Journal of Business Studies Quarterly*, 7(3), 24–38.
- Amofah, O., Gyamfi, I., & Tutu, C. O. (2016). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 8(11), 102–112.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., William, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2014). *Statistics for Business and Economics 12e*. Mason: Cengage Learning.
- Andreani, F., Taniaji, T. L., & Puspitasari, R. N. M. (2012). The Impact of Brand Image, Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator in Mcdonald's. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 63–70.
- Apriliani, D. (2019). Dengan Formula Baru, Wardah Exclusive Matte Lip Cream Makin Terasa Ringan dan Nyaman di Bibir. *Hipwee*.
- Cramer, D., & Howitt, D. (2006). *The Sage Dictionary of Statistics*. London: Sage Publication.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. London: Sage Publications.
- Dovaliene, A., & Virvilaite, R. (2008). Customer Value and Its Contribution to the Longevity of Relationship with Service Provider: the Case of Theatre Industry. *Economics of Engineering Decisions*, 56(1), 66–73.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Doktor*. Semarang: LEKNAS - LIPI dan Yayasan Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Homburg, C., & Giering, A. (2001). Personal Characteristics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty — An Empirical Analysis. *Psychology & Marketing*, 18(1), 43–66.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. New York: John Wiley & Son.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kementerian Perindustrian. (2018). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Kemenperin.
- Kementerian Perindustrian. (2019). *Industri Kosmetik dan Jamu Diracik Jadi Sektor Andalan Ekspor*. Kemenperin.
- Khoiriyani, F. (2019). *The Trend of Beauty Collaboration Product – JAKPAT Survey Report*. Jakpat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. New York: John Wiley & Sons.
- Lin, L., & Chen, Y. (2009). A study on the influence of purchase intentions on repurchase decisions : the moderating effects of reference groups and perceived risks. *Journal of Tourism Review*, 64(3), 28–48.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Prastiwi, S. A. (2013). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Pasta Gigi Close Up terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mahasiswa Universitas Negeri Padang*.

LAMPIRAN

