

## Abstrak

Keinginan untuk disukai oleh kelompok serta memiliki penampilan menarik yang dapat meningkatkan harga diri dihadapan kelompok menjadi beberapa alasan remaja perempuan untuk menggunakan produk kosmetik, hal ini memicu pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik yang dilakukannya dipengaruhi oleh konformitas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh konformitas terhadap pengambilan keputusan pembelian produk kosmetik pada remaja akhir, penelitian ini berjenis kuantitatif dengan desain penelitiannya adalah kausalitas. Subjek penelitian merupakan remaja perempuan yang termasuk dalam kategori usia akhir yaitu 18-21 tahun, dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur konformitas dan keputusan pembelian merupakan skala yang dibuat berdasarkan dimensi konformitas menurut Myers dan keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong. Analisa statistik yang digunakan adalah regresi linier sederhana, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara perilaku konformitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada remaja akhir sebesar 4.7%, hal ini membuktikan bahwa konformitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik pada remaja perempuan dalam kategori usia akhir.

Kata kunci: Konformitas, keputusan pembelian, dan remaja akhir

