

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK PERAWATAN BERMEREK KAHF)**

**Oleh**

**ARIF AHMAD DHANI**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran kaum pria terhadap perawatan kulit dan penampilan mereka, serta berkembangnya industri skincare khusus untuk pria, seperti merek Kahf. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 112 responden. Metode analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS ver. 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan produk dan iklan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk Kahf.

Temuan ini memberikan wawasan penting bagi perusahaan skincare dan pemasaran dalam merancang strategi desain produk dan iklan media sosial yang efektif untuk meningkatkan niat beli konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi niat beli, yang dapat menjadi subjek penelitian lebih lanjut.

**Kata kunci :** Kahf, Desain Kemasan Produk, Iklan Media Sosial dan Niat Beli.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRODUCT PACKAGING DESIGN AND SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON PURCHASE INTENTION**

**(STUDY ON USERS OF KAHF BRANDED CARE PRODUCTS)**

**By**

**Arif Ahmad Dhani**

This research is motivated by the increasing awareness of men regarding skin care and their appearance, as well as the development of the skincare industry specifically for men, such as the Kahf brand. This research uses a quantitative approach by collecting data by distributing questionnaires to 112 respondents. The analysis method in this research was carried out with the help of SPSS ver. 26. The research results show that product packaging design and social media advertising have a positive and significant influence on purchase intentions for Kahf products.

These findings provide important insights for skincare and marketing companies in designing effective product design and social media advertising strategies to increase consumer purchase intentions. Additionally, this research also highlights the importance of considering other factors that may influence purchase intentions, which could be the subject of further research.

**Keywords:** Kahf, Product Packaging Design, Social Media Advertising and Purchase Intention.