

***The Influence of Fashion Trends, Halal Lifestyle, and Celebrity Endorsers on
The Purchase Intention of Generation Z Hijab in DKI Jakarta***

By Amaliyah Sholikha

Abstract

The rapid growth of the Muslim population in Indonesia has triggered increased demand for halal fashion products, especially hijab, driven by the significant role of the Z generation. Generations who have a desire to perform creatively in embroidery, are a major factor in the fast-growing hijab fashion world in Indonesia. The study aims to identify the influence of fashion trends, halal lifestyle, and celebrity endorsers on interest in buying a Z-generation hijab at DKI Jakarta. The study adopted a quantitative approach by taking respondents from Generation Z who had an interest and experience in shopping for hijab, with a sample of 120 Z-generation Muslim women who were followers of celebrity endorsers, and resident in DKI Jakarta. Samples are taken using non-probability sampling techniques with purposive samplings. The distributed questionnaires are used as data collection techniques. Partial Least Square (PLS) is adopted as a data analysis technique. Data testing is done through the outer model and the inner model. The results of the research showed that fashion trend variables, halal lifestyle, and celebrity endorsers each influenced the interest in buying the Z-generation hijab. The research is expected to contribute to the hijab industry, so as not to be left behind by fashion trends, can develop halal lifestyles, as well as pay attention to the use of authentic celebrities endorser with hijabs.

Keywords : *celebrity endorser, generation Z, halal lifestyle, purchase intention, trend fashion*

**Pengaruh *Trend Fashion, Halal Lifestyle, dan Celebrity Endorser* terhadap
Minat Beli Hijab Generasi Z di DKI Jakarta**

Oleh Amaliyah Sholikha

Abstrak

Pertumbuhan populasi muslim yang cepat di Indonesia memicu peningkatan permintaan produk *fashion halal*, terutama hijab yang didorong oleh peran signifikan generasi Z. Generasi yang memiliki keinginan untuk tampil kreatif dalam berbusana, menjadi faktor utama dalam pertumbuhan pesat dunia *fashion* hijab di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *trend fashion, halal lifestyle, dan celebrity endorser* terhadap minat beli hijab generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan mengambil responden dari kalangan generasi Z yang memiliki minat dan pengalaman dalam berbelanja hijab, dengan sampel sebanyak 120 wanita muslim generasi Z yang merupakan *follower* dari *celebrity endorser* berhijab, dan berdomisili di DKI Jakarta. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kuesioner yang disebarakan digunakan sebagai teknik pengumpulan data. *Partial Least Square (PLS)* diadopsi sebagai teknik analisis data. Pengujian data dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *trend fashion, halal lifestyle, dan celebrity endorser* masing-masing berpengaruh terhadap minat beli hijab generasi Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pada industri hijab, agar tidak tertinggal oleh *trend fashion*, dapat mengembangkan *halal lifestyle*, serta memperhatikan penggunaan *celebrity endorser* yang autentik dengan hijab.

Kata kunci : *celebrity endorser, generasi Z, halal lifestyle, minat beli, trend fashion*