

Factors that Influence the Decision to Purchase Halal Hijabs in DKI Jakarta

By Mohamad Faizul Amri Budianto

Abstract

This study aims to analyze the influence of halal literacy, halal label perception, and halal lifestyle on purchasing decisions for halal hijabs in Jakarta. The phenomenon of halal-certified hijabs has become an interesting issue amidst the development of the halal fashion industry in Indonesia, along with the emergence of different public responses to the urgency of halal certification. This study used a quantitative approach with a purposive sampling method with 127 Muslim women respondents in the Jakarta area. Data were collected through an online questionnaire with a four-point Likert scale and analyzed using SPSS data processing applications through a series of tests such as validity, reliability, classical assumptions, and multiple linear regression. The results of the study indicate that halal literacy, perception of halal labels, and halal lifestyle have a positive influence on the decision to purchase halal hijabs, with halal lifestyle being the most dominant variable. Simultaneously, all three independent variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. These findings confirm that the higher the level of halal literacy, the better the individual's perception of halal labels, and the more consistent the implementation of a halal lifestyle, the greater the tendency to purchase halal hijabs. This research is expected to provide a deeper understanding for academics, practitioners, and the wider community regarding the factors influencing the decision to purchase halal hijabs

Keywords: *halal labels, halal lifestyle, halal literacy, purchase decisions.*

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Hijab Halal di DKI Jakarta

Oleh Mohamad Faizul Amri Budianto

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi halal, persepsi label halal, dan gaya hidup halal terhadap keputusan pembelian hijab halal di DKI Jakarta. Fenomena hijab bersertifikasi halal menjadi isu menarik di tengah berkembangnya industri fesyen halal di Indonesia, seiring munculnya perbedaan respon masyarakat terhadap urgensi sertifikasi halal tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* terhadap 127 responden muslimah di wilayah DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala Likert empat poin dan dianalisis menggunakan aplikasi olah data SPSS melalui serangkaian uji seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi halal, persepsi label halal, dan gaya hidup halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hijab halal. Adapun variabel independen yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel gaya hidup halal. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi halal, semakin baik tingkat persepsi individu terhadap label halal, dan semakin konsisten penerapan gaya hidup halal seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk membeli hijab halal. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat tercipta pemahaman yang mendalam bagi akademisi, praktisi, serta masyarakat luas akan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian hijab halal.

Kata Kunci: label halal, gaya hidup halal, literasi halal, keputusan pembelian.