

# ***The Influence of Social Media, Halal Awareness, and Lifestyle on Purchase Intention of Halal Slow Fashion in Jabodetabek***

***By Irsyadi Ramadhan***

## ***Abstract***

*The development of the fashion industry in Indonesia is currently undergoing a paradigm shift toward sustainability principles. Nevertheless, the adoption of slow fashion, which is a clothing production approach that prioritizes product durability and environmental ethics, still faces challenges from dynamic consumer shopping behaviors driven by short term trends. This study aims to analyze the purchase intention of halal slow fashion products as the main research object among the Muslim consumer demographic in the Jabodetabek region, by examining the influence of social media utilization, halal awareness levels, and lifestyle orientation. This study employed a quantitative approach using a purposive sampling technique involving 160 respondents. The primary data collected was analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling method via SmartPLS software. Empirical results demonstrate that social media, halal awareness, and lifestyle exert a positive and significant influence on purchase intention. Specifically, social media was found to be the most dominant determining factor in shaping consumer decisions. The conclusion of this study confirms that social media, halal awareness, and lifestyle are key elements capable of directly increasing the purchase intention of halal slow fashion products while supporting syar'i dressing habits in the Jabodetabek region.*

**Keywords:** *halal awareness, halal slow fashion lifestyle, purchase intention, social media.*

# **Pengaruh Media Sosial, Kesadaran Halal, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli *Slow Fashion* Halal di Jabodetabek**

**Oleh Irsyadi Ramadhan**

## **Abstrak**

Perkembangan industri fesyen di Indonesia saat ini tengah mengalami pergeseran paradigma menuju prinsip keberlanjutan. Walaupun demikian, penerapan konsep *slow fashion*, yaitu pendekatan produksi pakaian yang mengutamakan daya tahan produk serta etika kelestarian lingkungan, masih menghadapi tantangan dari perilaku belanja konsumen yang dinamis dan berfokus pada tren sesaat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat beli produk *slow fashion* halal sebagai objek penelitian utama pada demografi konsumen Muslim di wilayah Jabodetabek, dengan menguji pengaruh dari pemanfaatan media sosial, tingkat kesadaran halal, dan orientasi gaya hidup. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini melalui teknik penarikan sampel *purposive sampling* yang melibatkan 160 responden. Seluruh data primer yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode pemodelan persamaan struktural *Partial Least Squares* melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil pengujian secara empiris membuktikan bahwa media sosial, kesadaran halal, dan gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara lebih spesifik, media sosial ditemukan sebagai faktor penentu paling dominan dalam membentuk keputusan konsumen. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, kesadaran halal, dan gaya hidup merupakan elemen kunci yang secara langsung mampu meningkatkan minat beli produk *slow fashion* halal sekaligus mendukung kebiasaan berpakaian syar'i di wilayah Jabodetabek.

**Kata Kunci:** gaya hidup, kesadaran halal, media sosial, minat beli, *slow fashion* halal.