

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim terbanyak di dunia sebesar 242,7 juta penduduk. Berbeda dengan tahun lalu, yang mana Pakistan yang menempati posisi pertama sebagai negara dengan mayoritas muslim terbanyak di dunia (Dinda Kartika Mawarda Putri & Nurizal Ismail, 2025) (*World Population Review*, 2026). Berdasarkan data terbaru *World Population Review* 2026, jumlah populasi Muslim di dunia masih didominasi oleh beberapa negara besar.

Gambar 1.1 Populasi Muslim



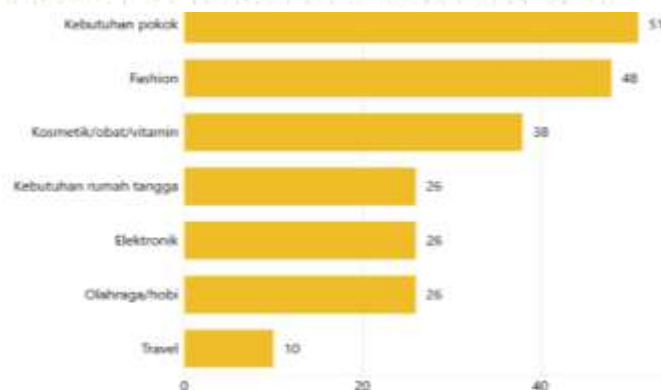
Source: World Population Review [Get the data](#) Created with [Datawrapper](#)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas bahwasannya Indonesia menempati posisi pertama Oleh karena itu, hal tersebut menjadi peluang yang sangat besar untuk pengembangan industri halal di Indonesia ke tingkat global. Masyarakat ekonomi global saat ini telah menaruh perhatian yang cukup besar bagi industri halal dan ini ditandai dengan meningkatnya belanja masyarakat muslim global terhadap produk industri halal dari tahun ke tahun (Samsul et al., 2022).

Karena banyak konsumen yang lebih memilih produk yang memiliki sertifikasi halal sebagai jaminan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip - prinsip halal dalam islam. Dengan hal ini tentunya mendorong banyak perusahaan untuk mendapatkan sertifikasi halal, bahkan di luar negara-negara yang mayoritas muslim (Indiraphasa, 2023). Berdasarkan State of Global Islamic Economy Report (SGIER) 2024/2025, pada tahun 2023 pengeluaran konsumen Muslim di enam sektor utama mencapai USD2,43 triliun, dan diproyeksikan meningkat sebesar 5,3 persen menjadi USD3,36 triliun pada tahun 2028” (Kemenperin, 2025). Sektor industri halal *modest fashion* menempati posisi ketiga dengan jumlah US\$327 miliar pada tahun 2023, meningkat menjadi US\$433 miliar pada tahun 2028 (Kawsar, 2025). Produk halal dalam industri halal global tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga meluas ke sektor lain, salah satunya yaitu fashion muslim atau mode muslim (Siregar & Ruslan, 2025).

Industri fashion muslim saat ini berkembang dan menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di dunia, baik di pasar global maupun domestik. Perkembangan ini tidak hanya meliputi kebutuhan gaya berpakaian yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tetapi juga mulai berkembang menjadi tren fashion yang diminati di banyak negara, bahkan di luar populasi Muslim (Shafiq, 2024). Berdasarkan Databoks, di kalangan remaja Indonesia, minat belanja tertinggi ditujukan untuk kebutuhan pokok (51%) dan *fashion* (48%).

Gambar 1.2 Minat Belanja Remaja Indonesia



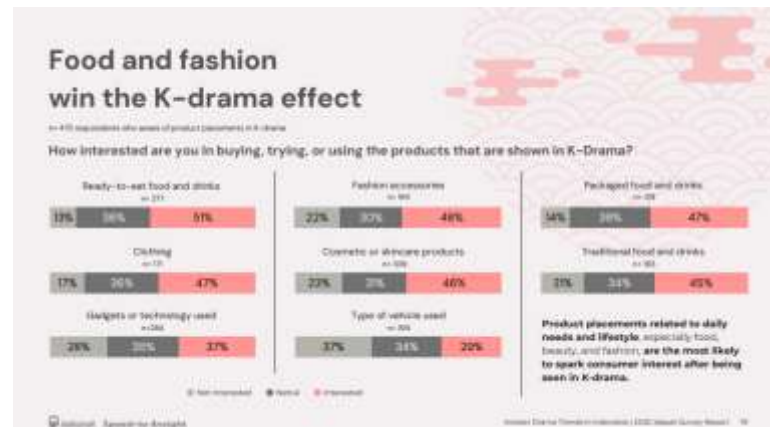
Sumber: Databoks

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa fashion bagi remaja merupakan kebutuhan yang penting. Karena fashion merupakan salah satu aspek kehidupan yang perkembangannya paling terasa di kalangan remaja. Melalui cara berpakaian, remaja tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari saja, tetapi juga berani mengekspresikan diri mereka, sesuai passion mereka. Fashion bukan sekadar pakaian, melainkan ekspresi budaya yang mencerminkan nilai, identitas, dan perubahan masyarakat. Banyak busana yang populer di banyak kebudayaan pada suatu waktu tertentu (Wicaksono et al., 2021). Salah satu budaya yang paling berpengaruh di dunia, terutama di kalangan anak remaja, dikenal dengan istilah *Korean wave* atau *hallyu* (Jannah et al., 2023). *Korean wave/Hallyu* merupakan sebuah fenomena global dan telah menjadi sebuah tren yang menggemparkan di kalangan anak muda bahkan orang dewasa di dunia, khususnya para perempuan yang menyukai dan menjadi penggemar *Hallyu*. *Korean wave* booming melalui budaya, industri drama televisi, film, variety show, dan industri musik. Kemudian *Korean wave* merambah ke budaya lain seperti fashion, bahasa Korea hingga kuliner (Oktaviani & Pramadya, 2021).

Perkembangan fashion muslimah meningkat dengan mengikuti arus modernisasi. Namun, peningkatan perkembangan ini memiliki dua sisi positif dan negatif. Untuk sisi positifnya, produksi industri halal mengalami peningkatan dan juga bisa menumbuhkan rasa percaya diri (Sawitri, 2025). Untuk sisi negatifnya itu sendiri, yakni banyak tren busana muslimah sekarang yang ternyata belum mengikuti aturan syariat islam (Fitri Cahyati, 2025). *Korean style* biasanya dipakai tanpa menggunakan hijab. Akan tetapi Indonesia merupakan negara mayoritas muslim. Laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023 menunjukkan, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 237,55 juta jiwa. Jumlah ini merupakan yang terbanyak di kawasan negara-negara Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), maupun secara global. Populasi muslim di Indonesia tersebut setara 86,7% dari total populasi di Indonesia. Maka dari itu tidak sedikit juga yang memadukan *Korean style* dengan hijab. Sehingga ada dua gaya dalam menggunakan *Korean style* yaitu hijab dan nonhijab. Gaya hijab digunakan karena sebagian dancer ingin

menari tanpa membuka hijab mereka. Sedangkan nonhijab, mereka ingin lebih menjiwai saat tampil diatas panggung (Jannah et al., 2023).

Gambar 1.3 Korean Drama Trends in Indonesia



Sumber: Goodstats

Pada gambar 1.2 ketertarikan dalam mencoba fashion yang ditampilkan dalam K-drama paling mungkin menarik minat konsumen setelah dilihat dalam drama Korea sebesar 48%. Tren fesyen Korea, K-Fashion, menawarkan gaya yang unik, stylish, dan mudah diadaptasi. Dari pakaian kasual hingga pakaian formal, K-Fashion menawarkan berbagai pilihan yang sesuai dengan selera dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Popularitas drama dan K-Pop juga berkontribusi besar pada tren ini, dengan banyak orang yang terinspirasi untuk meniru gaya berpakaian para artis favorit mereka (Aurora, 2024). Fenomena gaya Korea sangat diminati dan berkembang dengan cepat di Indonesia, terutama setelah munculnya Korean Wave. Gaya berpakaian yang terinspirasi oleh K-pop idols dan karakter dalam K-drama telah menjelma menjadi pilihan utama bagi remaja Indonesia, membentuk ikatan identifikasi yang kuat dengan citra-citra yang dihadirkan oleh budaya pop Korea. Para remaja tidak hanya melihat fashion Korea sebagai gaya berpakaian biasa, melainkan sebagai medium ekspresi yang memungkinkan mereka meresapi gaya hidup, kepribadian, dan norma-norma yang dipromosikan oleh ikon-ikon K-pop dan karakter dalam K-drama (M. ; Putri et al., 2022).

Gambar 1.4 Korean Style



Sumber: Pinterest

Budaya Korea menjadi hal yang populer dan merambat sampai ke wilayah Kabupaten Cirebon Timur. Remaja muslimah Kabupaten Cirebon turut mengadopsi elemen-elemen budaya Korea yang relevan dengan gaya hidup mereka, seperti menggunakan fashion yang terinspirasi dari idol/aktor. Meskipun demikian, mereka tetap mempertahankan identitas serta nilai-nilai keislaman. Hal ini didukung oleh pernyataan dari remaja muslimah di Kabupaten Cirebon Timur itu sendiri, yang mengakui bahwa mereka tidak terlepas dari pengaruh elemen-elemen Korea tersebut. Remaja muslimah yang mengikuti tren fashion Korea merasa bahwa dirinya bisa tampil modis dan percaya diri tanpa harus meninggalkan identitas keislaman. Hal ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* memberikan peluang bagi remaja muslimah untuk mengekspresikan diri secara positif. Tidak sedikit remaja muslimah yang tertarik dengan budaya Korea Selatan. Mereka menggemari hingga secara tidak langsung hal itu berpengaruh terhadap gaya hidup mereka, seperti mengoleksi album, photocard bias, lightstick, skincare yang mereka gunakan hingga fashion yang sedang hype di Korea dan meniru bahasa atau logat mereka serta mencoba makanan khas dari Korea Selatan (Rachmawati & Romadlon, 2025), dan ini menunjukkan bahwa tren fashion Korea telah memengaruhi minat beli pada remaja muslimah di Kabupaten Cirebon Timur. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Erycha Budiana Sari et al. (2023) bahwasanya *Korean wave* berpengaruh terhadap minat beli remaja. Remaja merupakan fase transisi dari anak-anak menuju dewasa, di mana mereka mengalami perubahan di berbagai aspek seperti biologis, psikologis, dan sosial budaya. Menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional

(BKKBN), remaja adalah mereka yang berusia antara 10 hingga 24 tahun (Jannah et al., 2023).

Dampak *Korean Wave* terasa signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Bukan hanya meningkatkan konsumsi produk budaya Korea, fenomena ini juga memengaruhi gaya hidup, perilaku konsumsi, hingga pembentukan identitas anak muda. Para penggemar tidak hanya menikmati musik atau drama, tetapi juga meniru gaya berpakaian *idol K-Pop*, tren kecantikan, bahkan cara berinteraksi di media sosial. Dengan kata lain, *Hallyu* berhasil menciptakan standar baru dalam hal estetika, gaya hidup, dan simbol identitas di kalangan remaja (M. S. Putri et al., 2025). Dampak negatif dari pengaruh korea kemudian adalah lunturnya kebudayaan Indonesia karena hampir setiap sisi kehidupan masyarakat ada unsur koreanya. Namun, dari segi dampak positifnya yakni masyarakat akan dituntut lebih kreatif dan lebih terbuka terhadap budaya yang sedang berkembang (Wicaksono et al., 2021).

Selain *Korean wave fashion*, faktor lain yang memengaruhi minat beli remaja yaitu gaya hidup, yang mencerminkan bagaimana sikap seseorang terhadap cara hidup, pengalokasian uang, dan penggunaan waktu. Gaya hidup dapat dikenali melalui aktivitas, minat, dan opini seseorang yang kemudian mencerminkan pola konsumsi mereka (Rayis et al., 2025). Tren fashion mulai berkembang dan diikuti dengan *halal lifestyle*, untuk itu saat ini diharapkan konsumen remaja mulai bijak dalam memilih produk fashion yang berdasarkan kenyamanan, keamanan serta kesesuaian dengan syariat Islam, bukan hanya mengikuti tren saja (Z. Sari et al., 2022). Karena sebagai umat Muslim, gaya hidup halal merupakan hal yang penting karena hal itu berpengaruh terhadap syariah Islam. Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) terdiri atas unsur kesehatan, keselamatan dan keamanan, kemakmuran dan martabat manusia. *Halal lifestyle* yang sedang trend di Indonesia saat ini terdiri dari sektor makanan halal, keuangan syariah, perjalanan halal, pakaian atau busana halal, media dan rekreasi halal, obat-obatan halal, kosmetik halal dan perawatan medis (rumah sakit) halal (Zaki & Nazir, 2025). Istilah gaya hidup halal (*halal lifestyle*) tidak dimaksudkan untuk pembatasan atau pemaksaan, melainkan untuk memperkenalkan kembali

ajaran Allah SWT dari sudut pandang syariah yang sudah dinyatakan dalam Alquran dan hadis (Ramadhani et al., 2021).

Dalam menjalankan *lifestyle* halal terdapat 4 (empat) prinsip, yaitu prinsip syariah, prinsip kuantitas karena tidak diperbolehkan berlebihan, prinsip prioritas apabila tidak membeli atau beraktivitas yang mubazir, dan prinsip moralitas sesuai akidah. Oleh karena itu, dalam menjalankan *lifestyle* halal ini harus sesuai dengan prinsip supaya dalam menjalankan kehidupan sesuai dengan syariat Islam (Z. Sari et al., 2022). Gaya hidup halal mencakup berbagai aspek seperti fashion, kuliner, dan lainnya, yang memiliki dampak positif terhadap minat beli konsumen (Ramadhani et al., 2021). Gaya hidup halal remaja muslimah di Kabupaten Cirebon Timur dalam pergaulan mereka berteman dengan siapa saja, namun menjaga batasan, menghindari makanan haram, dan tidak melakukan pemborosan. Mereka sering kali membeli fashion yang cocok dengan gaya hidup mereka. Pengaruh gaya hidup remaja biasanya datang dari pendapatan bulanan atau uang jajan yang mereka terima. Ini memengaruhi keputusan mereka dalam membeli busana muslim yang dibutuhkan. Gaya hidup halal dapat memicu adanya pengaruh terhadap minat beli, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adriani & Ma'ruf, 2020) peneliti tersebut mengimplikasikan bahwa *halal lifestyle* berpengaruh terhadap minat beli.

Selain *korean wave fashion* dan gaya hidup halal, faktor lain yang mempengaruhi minat beli yaitu literasi halal, karena dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk halal, hal ini perlu diimbangi dengan adanya literasi halal di masyarakat (Rahmat et al., 2022) Khusus pada remaja, segmen konsumen Muslim di Indonesia yang peduli terhadap kehalalan barang dan jasa yang mereka gunakan semakin cepat tumbuh. Kesadaran mereka sekarang semakin tinggi. Pemahaman mereka tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga meliputi wisata halal, mode halal, produk kosmetik halal, dan lain-lain. Tak bisa dipungkiri bahwa kehalalan saat ini telah menjadi sebuah tren dan kebutuhan dalam gaya hidup masyarakat. Namun, tingkat pemahaman publik mengenai hal ini masih tergolong rendah, sehingga diperlukan usaha pendidikan yang disebut literasi (Dinda Kartika Mawarda Putri & Nurizal

Ismail, 2025). literasi halal dapat diartikan sebagai kemampuan untuk membedakan yang diperbolehkan (halal) dan yang dilarang (haram) baik dari jenis barang maupun jasa yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah) (Dinda Kartika Mawarda Putri & Nurizal Ismail, 2025).

Saat ini literasi halal di kalangan remaja Kabupaten Cirebon Timur masih tergolong rendah. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan dan edukasi terhadap literasi halal. Mereka hanya mengetahui sebatas apa yang dianggap halal dan apa yang tidak terhadap makanan saja, serta apa yang sebenarnya termasuk dalam konsep halal. Bagi para remaja, literasi halal itu penting dalam menjaga kesehatan, spiritualitas, moral, dan sosial. Dengan memiliki literasi halal yang baik, generasi muda akan lebih mampu menjalani hidup yang seimbang dan berkualitas (Qomaro, 2023). Literasi halal juga memainkan peran dalam mendorong keputusan pembelian (Kasnelly & Jalil, 2019). Hal ini terjadi karena konsumen menjalani proses pemahaman, penguasaan informasi, hingga pengambilan keputusan secara sadar sebelum memilih dan menggunakan suatu produk (Elkasysyaf & Hartati, 2021). Maka dari itu, literasi halal berperan penting dalam menciptakan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka konsumsi, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan minat beli (Romizul Fikri, 2025). Berdasarkan penjelasan di atas, bahwasanya selain Korean wave dan gaya hidup halal, salah satu faktor lain yang memengaruhi minat beli adalah literasi halal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Romizul Fikri, 2025) yang mengatakan bahwa literasi halal berpengaruh terhadap minat beli.

Fenomena dalam penelitian ini yakni adanya perpaduan di antara budaya global, seperti masuknya budaya Korea, seperti Korean wave fashion, dengan prinsip-prinsip Islam. Remaja yang mengadopsi budaya Korea saat ini terutama di Kabupaten Cirebon Timur, seperti meniru idol dan aktor, menggunakan salah satunya dalam *fashion*. Namun, di sisi itu, kita sebagai muslimah harus memperhatikan aspek kesesuaian prinsip syariat dalam berpakaian tersebut. Hal tersebut menimbulkan adanya perpaduan antara tren global Korea dengan prinsip

Islam di kalangan remaja Cirebon Timur yang religius tetapi mengikuti tren global.

Urgensi dalam penelitian ini yakni bagaimana *Korean wave fashion*, gaya hidup halal dan literasi halal dapat meningkatkan minat beli konsumen fashion muslimah khususnya di kalangan remaja Kabupaten Cirebon Timur. Penelitian ini penting dikarenakan bisa memberikan kontribusi kepada pelaku usaha, terutama di bidang fashion Muslimah, untuk menyesuaikan dengan tren global seperti Korean wave, yang tampil elegan dan percaya diri, tetapi juga memperhatikan kesesuaian dengan syariat Islam. Mengingat bahwa pada zaman sekarang tidak sedikit para remaja yang mengadopsi elemen-elemen Korea, berhubung Korean wave itu mempunyai kontribusi terhadap gaya hidup dan fashion remaja, maka dari itu penting untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap remaja Muslimah, yang kita tahu bahwa remaja Muslimah itu sendiri memiliki nilai religius dan identitas Muslim. Menurut (Wicaksono et al., 2021) perkembangan *Korean Wave* juga memengaruhi fashion remaja saat ini. Industri fashion Korea Selatan meledak berkat pengaruh kuat budaya K-pop yang tersebar luas di negara tersebut. Fashion Korea yang kini ada pada kecepatan yang tak tertandingi. Penelitian (Khatulistiwa & Pekanbaru, 2024) menyatakan bahwa fenomena *Korean Wave* telah membuka peluang bisnis yang cukup signifikan di berbagai sektor industri seperti kuliner, kecantikan, fashion, dan hiburan. Di industri kuliner, makanan Korea yang populer mendorong pengusaha untuk membuka restoran atau street food Korea. Di industri hiburan, K-pop dan K-drama telah menjadi fenomena global dan mendatangkan banyak peluang bisnis dari merchandise hingga konser (Khatulistiwa & Pekanbaru, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa remaja di Kabupaten Cirebon Timur, bahwasanya sebagian mereka yang tertarik dengan gelombang Korea melalui K-pop dan K-drama. Para remaja juga tertarik dengan fashion yang terinspirasi dari para aktor dan idol karena melihat model dan konsep berpakaian yang mereka gunakan itu sangat menginspirasi remaja dengan gaya yang sederhana tapi tetap kelihatan elegan. Namun, dari mereka masih sulit untuk

menyesuaikan diri dengan prinsip Islam, yang pada akhirnya menggunakan pakaian yang belum sesuai dengan syariat Islam. Dan dari mereka pun mengungkapkan bahwa gaya hidup para remaja tersebut mencerminkan bagaimana cara kita berpakaian dan menyesuaikan dengan pendapatan bulanan atau uang jajan yang mereka terima. Literasi halal remaja di Kabupaten Cirebon tergolong masih rendah karena masih belum mengetahui secara detail mengenai literasi halal. Dari mereka masih menggunakan pakaian yang belum sesuai syariat. Karena mereka hanya memiliki pengetahuan yang terbatas tentang apa yang dianggap halal dan apa yang tidak, serta apa yang sebenarnya termasuk dalam konsep halal.

Berdasarkan hasil penelitian yang serupa sebelumnya yang dilakukan oleh Yazly Putra & Eka Aliyanti (2024) penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Korean wave dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi Generasi Z di Yogyakarta. Sebaliknya menurut penelitian yang dilakukan Puspitasari et al., (2023) *Korean Wave* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen produk somethinc. Penelitian yang dilakukan oleh Sholikha et al., (2024) Menunjukkan bahwa lifestyle halal berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli hijab generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian lain yang dilakukan oleh Romizul Fikri (2025) Menunjukkan bahwa literasi halal berdampak signifikan terhadap minat pembelian produk makanan dan minuman pada masyarakat Jakarta Timur, dibuktikan dengan uji t yang menghasilkan nilai signifikansi 0,027, yang kurang dari 0,05.

Berdasarkan peneliti terdahulu, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh korean wave terhadap minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Yazly Putra & Eka Aliyanti (2024) menemukan bahwa korean wave fashion dan literasi halal berpengaruh secara simultan maupun secara parsial terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi Generasi Z di Yogyakarta. Namun, dalam penelitian yang dilakukan Puspitasari et al., (2023) menemukan bahwa *Korean Wave* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen produk somethinc. Perbedaan pada temuan menunjukkan bahwasanya

penelitian mengenai pengaruh korean wave terhadap minat beli belum konsisten. Maka dari itu perlu diuji kembali dengan objek, populasi dan tempat yang berbeda. Selain itu, variabel gaya hidup halal dan literasi halal umumnya dikaji pada konteks makanan, minuman, dan produk hijab, dan berfokus pada wilayah perkotaan seperti Jakarta, Yogyakarta. Maka dari itu, penelitian yang menggabungkan variabel Korean wave fashion, gaya hidup halal, dan literasi halal secara simultan dalam konteks fashion muslimah di kalangan remaja Kabupaten Cirebon Timur masih terbatas dan belum pernah diteliti sebelumnya. Hal tersebut jarang terjadi pada penelitian terdahulu yang menggabungkan variabel literasi halal dengan Korean Wave pada remaja Muslimah.

Pembaruan pada penelitian ini adalah berfokus pada wilayah Kabupaten Cirebon Timur, karena penelitian terdahulu hanya berfokus pada wilayah perkotaan seperti Jakarta, Yogyakarta. Penelitian mengenai Korean wave umumnya berfokus pada minat beli, sedangkan penelitian mengenai gaya hidup halal dan literasi halal umumnya dikaji dalam konteks makanan, minuman, produk hijab. Pada peneliti terdahulu belum ada yang mengkombinasikan antara variabel Korean wave fashion, gaya hidup halal dan literasi halal dalam konteks fashion muslimah.

Objek penelitian dipilih yakni remaja muslimah Kabupaten Cirebon Timur penelitian ini dipilih berdasarkan fenomena, kesenjangan dan temuan dari penelitian terdahulu. Kabupaten Cirebon Timur dipilih karena remaja yang terkena gelombang korea melalui Kpop Idol, Aktor Kdrama, dan sosial media seperti Tiktok, Instagram, dll. Hal tersebut menyebabkan meningkatnya ketertarikan remaja terhadap produk korea, termasuk fashion dll. Di sisi lain Kabupaten Cirebon Timur dengan mayoritas beragama Islam, aspek kehalalan menjadi sebuah pertimbangan penting dalam menentukan proses keputusan pembelian terkhusus pada fashion muslimah. Fenomena tersebut menunjukkan adanya potensi dalam memengaruhi minat beli. Akan tetapi belum ada peneliti sebelumnya yang membahas secara simultan antara Korean waved fashion, gaya hidup halal dan literasi halal dalam konteks minat beli fashion muslimah di kalangan remaja Kabupaten Cirebon Timur. Berdasarkan latar belakang yang telah

dipaparkan, maka penelitian ini berjudul “ **Pengaruh *Korean Wave Fashion*, Gaya Hidup Halal Dan Literasi Halal Terhadap Minat Beli *Fashion Muslimah Di Kalangan Remaja Kabupaten Cirebon Timur***”. karena peneliti ingin memperluas penelitian terdahulu agar hasilnya relevan dengan kondisi saat ini.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan dari latar belakang ditemukan bahwa *Korean Wave Fashion*, Gaya Hidup Halal Dan Literasi Halal mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam minat beli konsumen, maka dari itu,

- a. Fenomena korean wave (hallyu) memberikan dampak signifikan terhadap gaya hidup dan tren mode di kalangan remaja, termasuk dalam aspek busana muslim. Namun, pengaruh ini juga berpotensi menyebabkan beberapa tren busana yang kurang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.
- b. Minat yang tinggi dari remaja terhadap budaya dan mode Korea tidak selalu diimbangi dengan pemahaman yang memadai terkait literasi halal. Akibatnya, sebagian remaja cenderung memilih pakaian yang belum sepenuhnya memenuhi standar kehalalan.
- c. Meskipun remaja menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap mode ala *Korean wave*, pemahaman mereka mengenai literasi halal yang memengaruhi minat beli busana muslimah masih sangat terbatas.

2. Pembatasan Masalah

- a. Variabel pada penelitian ini hanya difokuskan pada tiga variabel independen yaitu, *Korean waved fesyen*, gaya hidup halal dan literasi halal dan untuk variabel dependentnya yaitu minat beli *fashion muslimah*.
- b. Objek dalam penelitian ini hanya difokuskan pada remaja muslimah yang berusia 18-21 tahun di Kabupaten Cirebon Timur, tidak melibatkan remaja muslim laki-laki dan sebagainya.

3. Rumusan Masalah

Di dalam penelitian ini terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu:

- a. Apakah terdapat pengaruh antara *korean waved fashion* terhadap minat beli *fashion* muslimah di Kabupaten Cirebon Timur?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup halal terhadap minat beli *fashion* muslimah di Kabupaten Cirebon Timur?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara literasi halal terhadap minat beli *fashion* muslimah di Kabupaten Cirebon Timur?
- d. Apakah *korean waved fashion*, gaya hidup halal dan literasi halal secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli *fashion* muslimah di Kabupaten Cirebon Timur?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara *korean waved fashion* terhadap minat beli *fashion* muslimah.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup halal terhadap minat beli *fashion* muslimah.
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara literasi halal terhadap minat beli *fashion* muslimah
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara *korean waved fashion*, gaya hidup halal dan literasi halal terhadap minat beli *fashion* muslimah

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai variabel *korean waved fesyen* (X1), gaya hidup halal (X2), dan literasi halal (X3) serta ada tidaknya pengaruh terhadap minat beli (Y) produk fesyen muslimah pada kalangan remaja kabupaten cirebon timur

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Menambah pengalaman dan pemahan dalam melakukan penelitian
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran maupun sebagai masukan bagi peneliti lain

- b. Bagi dunia akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam kedepannya.
- c. Bagi pihak lain
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi emilik usaha terutama di bidang fashion Muslimah untuk mengikuti tren yang sedang hype pada zaman sekarang terutama dibidang fashion Muslimah seperti *Korean wave*, tetapi juga memperhatikan kesesuaian dengan syariat islam.
 - 2) Bagi pembaca berharap untuk bisa menerapkan teori-teori mengenai perkembangan bisnis ini, supaya lebih baik lagi kedepan nya.

E. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke masalah yang lain, maka penulis membuat sistematika penulisan karya tulis ilmiah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori dasar yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang membahas tentang Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Variabel Penelitian, dan Teknis Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang Metodologi Penelitian, pembahasan

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran.