



Mengembangkan gaya hidup halal pada masyarakat muslim perkotaan

Hasnaa Fasawaa Mardhiyyah^{1,*}, Intania Putrika Dewi¹, Kamilah Naiya Shabirah¹, Atie Rachmiate², Firman Aziz¹

¹ Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia.

² Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, 40116, Indonesia.

*Korespondensi: hasnaafasawaa@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang: Studi ini mengeksplorasi pemahaman dan penerapan gaya hidup halal di kalangan masyarakat Muslim perkotaan. Dalam konteks perkotaan yang dinamis dan multikultural, individu Muslim dihadapkan pada berbagai pilihan dan tantangan dalam mempraktikkan gaya hidup halal. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur dan analisis konten media untuk memahami fenomena ini secara mendalam. **Temuan:** Hasilnya menunjukkan bahwa gaya hidup halal tidak hanya mencakup aspek makanan dan minuman, tetapi juga mencakup pakaian, rekreasi, dan hiburan. Faktor-faktor pendorongnya meliputi kesadaran religius yang meningkat, pertumbuhan populasi Muslim, dan peningkatan daya beli masyarakat Muslim. Namun, masih terdapat tantangan dalam menerapkan gaya hidup halal, seperti kurangnya kesadaran tentang konsep halal, kurangnya standarisasi dan proses sertifikasi yang seragam, serta kesenjangan pengetahuan antara produsen dan penyedia layanan dengan persyaratan halal. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan edukasi dan peningkatan kesadaran, standarisasi dan sertifikasi yang konsisten, serta kemitraan antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, dan pelaku industri. **Kesimpulan:** Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kebijakan dan program yang mendukung adopsi gaya hidup halal serta mengatasi tantangan yang dihadapi oleh individu Muslim dalam menerapkan gaya hidup halal di tengah-tengah budaya modern yang terus berkembang. **Kebaruan Peneliti:** Penelitian ini terletak pada eksplorasi gaya hidup halal secara komprehensif di masyarakat perkotaan, mencakup makanan, pakaian, rekreasi, serta tantangan sertifikasi dan kesadaran.

KATA KUNCI: gaya hidup halal; masyarakat muslim perkotaan; faktor pendorong; tantangan; strategi dan upaya.

ABSTRACT

Background: This study explores the understanding and implementing of a halal lifestyle among urban Muslim communities. In a dynamic and multicultural urban context, Muslim individuals are faced with various choices and challenges in practicing a halal lifestyle. **Method:** This research uses a descriptive qualitative approach through literature study and media content analysis to understand this phenomenon in depth. **Findings:** The results show that a halal lifestyle includes food and drink, clothing, recreation, and entertainment. Driving factors include increased religious awareness, growth in the Muslim population, and increased purchasing power of the Muslim community. However, there are still challenges in implementing a halal lifestyle, such as more awareness about the halal concept, a need for more standardization and a uniform certification process, and a knowledge gap between producers and service providers regarding halal requirements. To overcome this challenge, a comprehensive approach involves education and raising awareness, consistent standardization and certification, and partnerships between the government, halal certification bodies, and industry players. **Conclusion:** This research provides valuable insights for developing policies and programs that support adopting a halal lifestyle and overcoming the challenges Muslim individuals face in implementing a halal lifestyle amidst an ever-evolving modern culture. **The**

Cara Pengutipan:

Mardhiyyah, H. F., Dewi, I. P., Shabirah, K. N., Rachmatie, A., & Aziz, F. (2024). Mengembangkan gaya hidup halal pada masyarakat muslim perkotaan. *Halal Ecosystem Journal*, 1(1), 43-50. <https://doi.org/.....>

Copyright: © 2024 by the authors. This article is distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Novelty/Originality of this article: *The novelty of this research lies in comprehensively exploring halal lifestyles in urban communities, covering food, clothing, and recreation, as well as certification and awareness challenges.*

KEYWORDS: *halal lifestyle; urban Muslim communities; driving factors; challenge; strategy and effort.*

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep "*halal life style*" atau gaya hidup halal telah menjadi tren yang semakin populer di kalangan masyarakat Muslim (Ullah et al., 2022). Hal ini mencerminkan pergeseran kesadaran dan prioritas di antara individu Muslim, yang semakin memperhatikan kesesuaian aktivitas sehari-hari mereka dengan ajaran agama Islam (Abdul & Ishak, 2020).

Gaya hidup halal telah melampaui batasan awalnya yang terkait dengan makanan dan minuman, dan sekarang merambah ke seluruh aspek kehidupan sehari-hari (Sulaiman & Mohd, 2024). Ini mencakup fashion, di mana individu Muslim semakin memilih pakaian yang sesuai dengan syaria, mengikuti prinsip-prinsip modesti dan etika berpakaian yang diajarkan dalam Islam. Selain itu, gaya hidup halal juga mencakup aspek keuangan, di mana individu berusaha untuk mengelola uang mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk menghindari riba (bunga), investasi yang sesuai syaria, dan menghindari transaksi yang melanggar hukum Islam (Aji, 2020).

Dalam bidang hiburan, gaya hidup halal menginspirasi preferensi yang lebih selektif dalam memilih kegiatan hiburan (Yusuf & Mohd, 2021). Individu Muslim mungkin memilih hiburan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama mereka, seperti menonton film atau pertunjukan yang tidak mengandung konten yang melanggar aturan Islam atau menghadiri acara sosial yang mendukung kehidupan yang bersih dan bermanfaat. Dengan demikian, gaya hidup halal mencerminkan upaya individu Muslim untuk hidup sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka tanpa mengisolasi diri dari dunia modern (Wan & Musa, 2023).

Di tengah-tengah urbanisasi yang pesat, gaya hidup halal bukanlah sekadar respons terhadap globalisasi dan modernisasi, tetapi juga menjadi semacam gerakan balik yang memberdayakan individu Muslim untuk menjaga identitas agama mereka dalam tengah-tengah dinamika perkotaan (Shaikh & Khan, 2021). Ini adalah cara bagi mereka untuk tetap terhubung dengan akar budaya dan agama mereka sambil terlibat dalam kehidupan modern yang terus berkembang. Gaya hidup halal tidak hanya merupakan tren, tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas dan nilai-nilai yang mendalam bagi individu Muslim di berbagai belahan dunia, mencerminkan keinginan mereka untuk hidup bermakna dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka dalam kehidupan sehari-hari (Amin et al., 2021).

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengeksplorasi pemahaman dan penerapan gaya hidup halal di kalangan masyarakat Muslim perkotaan. Dalam konteks perkotaan yang dinamis dan multikultural, individu Muslim sering dihadapkan pada berbagai pilihan dan tantangan dalam mempraktikkan gaya hidup halal. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendorong di balik adopsi gaya hidup halal, mulai dari motivasi agama dan spiritual hingga pertimbangan kesehatan dan lingkungan. Selain itu, studi ini juga akan menjelajahi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh individu Muslim dalam menerapkan gaya hidup halal di tengah-tengah tekanan dan pengaruh budaya modern yang seringkali tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam. Tantangan-tantangan ini mungkin termasuk keterbatasan akses terhadap produk halal, persepsi sosial yang negatif, dan konflik antara kebutuhan pribadi dan tuntutan sosial.

Melalui studi ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dinamika dan perubahan dalam gaya hidup halal di kalangan masyarakat Muslim perkotaan. Temuan dari studi ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pihak-pihak terkait, termasuk industri halal, pemerintah, dan lembaga masyarakat, dalam

mengembangkan kebijakan dan program yang mendukung adopsi gaya hidup halal serta mengatasi tantangan yang dihadapi. Selain itu, studi ini juga dapat menjadi kontribusi terhadap pemahaman lebih luas tentang transformasi sosial dan budaya di tengah-tengah globalisasi dan urbanisasi yang terus berkembang. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan dalam pemahaman tentang peran agama dalam membentuk identitas dan praktek individu Muslim dalam konteks perkotaan modern.

2. Metode

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti fokus pada pengumpulan data yang berupa kata-kata, narasi, dan deskripsi untuk mengungkapkan karakteristik dan konteks dari subjek penelitian secara rinci. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk memahami kompleksitas suatu fenomena dengan mendalam, memberikan pemahaman yang kaya dan mendetail tentang berbagai aspek yang terlibat dalam penelitian tersebut.

Studi literatur dan analisis konten media merupakan dua pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang gaya hidup halal. Studi literatur melibatkan pengumpulan dan analisis sumber-sumber tertulis seperti jurnal, artikel, laporan, dan konten media yang relevan dengan topik tersebut, sementara analisis konten media fokus pada eksplorasi dan evaluasi konten yang terkait dengan gaya hidup halal di berbagai platform digital. Kedua pendekatan ini memberikan konteks dan kerangka teoretis yang mendukung penelitian serta memungkinkan peneliti untuk memahami tren, isu, dan diskusi yang berkembang dalam masyarakat terkait dengan topik ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pemahaman tentang gaya hidup halal

Gaya hidup halal, dalam konteks Islam, bukanlah sekadar pembatasan terhadap makanan dan minuman, tetapi mencakup seluruh aspek kehidupan seorang Muslim. Konsep halal, yang berarti "diperbolehkan" atau "sesuai syariat Islam", menjadi dasar bagi gaya hidup halal (Shahzad & Ali, 2020). Ini mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan dan dianjurkan dalam ajaran agama Islam. Gaya hidup halal adalah implementasi dari prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari, mencakup perilaku, pakaian, rekreasi, dan berbagai aspek lainnya (Azam & Abdullah, 2022).

Dalam aspek makanan dan minuman, gaya hidup halal menuntut untuk memastikan bahwa apa yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan agama Islam. Ini mencakup menghindari makanan yang dianggap haram, seperti daging babi dan segala bentuk alkohol, serta memastikan bahwa proses pemrosesan dan penyajian makanan tersebut memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Namun, gaya hidup halal juga melampaui meja makan, mempengaruhi pilihan gaya hidup sehari-hari (Battour et al., 2020).

Dalam konteks pakaian, gaya hidup halal mendorong pemakaian pakaian yang menutup aurat sesuai dengan tuntunan syariat Islam. Ini mencakup pemilihan pakaian yang longgar dan tidak terlalu ketat, serta menghindari busana yang transparan atau memperlihatkan bagian tubuh tertentu (Raji & Mohd, 2022). Selain itu, gaya hidup halal memengaruhi cara individu Muslim menghabiskan waktu luang mereka. Mereka mungkin memilih untuk terlibat dalam kegiatan rekreasi yang tidak melanggar aturan Islam, seperti olahraga yang tidak bersifat kompetitif atau kegiatan sosial yang bersih dan bermanfaat (Briliana & Mursito, 2020).

Secara keseluruhan, gaya hidup halal mencerminkan komitmen seseorang terhadap prinsip-prinsip Islam dalam segala aspek kehidupannya (Razak & Wahab, 2023). Ini bukan

hanya tentang mematuhi aturan-aturan yang ditetapkan, tetapi juga tentang menjadikan agama sebagai landasan bagi pengambilan keputusan dan perilaku sehari-hari. Gaya hidup halal merupakan ekspresi dari identitas agama dan nilai-nilai yang dianut oleh individu Muslim, yang berusaha untuk hidup sesuai dengan ajaran agama mereka dalam dunia modern yang terus berkembang (Elasrag, 2023).

3.2 Faktor pendorong gaya hidup halal

Kesadaran religius yang meningkat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong gaya hidup halal (Rafiki & Al-Khalifa, 2021). Kaum Muslim semakin menyadari bahwa kepatuhan terhadap prinsip halal bukan hanya tentang makanan, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan. Peningkatan pemahaman akan pentingnya menjalankan ajaran agama secara menyeluruh mendorong individu Muslim untuk mengadopsi gaya hidup halal sebagai bentuk pengabdian kepada Allah (Fakhr & Ahmad, 2022).

Pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia juga menjadi pendorong utama dalam permintaan produk dan layanan yang halal (Zainudin & Mohd, 2022). Semakin banyaknya jumlah Muslim yang menuntut ketersediaan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah mendorong industri untuk memperluas penawaran produk halal. Ini mencakup produk makanan, kosmetik, farmasi, mode, dan berbagai layanan lainnya yang diharapkan memenuhi standar kehalalan (Hamdan et al., 2022).

Peningkatan daya beli masyarakat Muslim juga menjadi faktor penting dalam pertumbuhan gaya hidup halal. Dengan meningkatnya taraf hidup dan daya beli, masyarakat Muslim memiliki lebih banyak akses terhadap produk dan layanan halal yang berkualitas. Hal ini mendorong industri untuk menyediakan produk yang lebih bervariasi dan berkualitas tinggi, mengikuti tren dan kebutuhan konsumen Muslim yang semakin meningkat (Hassan & Harun, 2023).

Dukungan dari pemerintah juga berperan penting dalam memperkuat industri halal. Beberapa negara dengan populasi Muslim yang besar telah menerapkan kebijakan dan regulasi untuk mendukung industri halal. Langkah-langkah seperti sertifikasi halal, standardisasi produk, dan promosi gaya hidup halal menjadi landasan bagi pertumbuhan industri ini. Dengan adanya dukungan pemerintah, industri halal diharapkan dapat berkembang lebih baik dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Muslim dan masyarakat umum secara luas (Hussain et al., 2020).

3.3 Tantangan dalam menerapkan gaya hidup halal

Kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang konsep halal masih menjadi tantangan utama, terutama di kalangan masyarakat Muslim di negara-negara dengan populasi minoritas. Banyak individu yang belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang konsep halal, baik dalam konteks makanan maupun aspek lain dari kehidupan sehari-hari. Kurangnya edukasi dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip halal dapat menyebabkan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan gaya hidup halal (Jamal & Sharifuddin, 2021).

Kurangnya standardisasi dan proses sertifikasi yang seragam untuk produk dan layanan halal menjadi hambatan lain yang perlu diatasi. Dalam industri yang beragam seperti makanan, kosmetik, dan produk lainnya, adanya keragaman dalam proses sertifikasi halal dapat menimbulkan keraguan dan kebingungan di kalangan konsumen. Tanpa standar yang jelas dan proses sertifikasi yang konsisten, konsumen mungkin sulit untuk membedakan produk dan layanan yang benar-benar halal dari yang tidak (Khan & Haleem, 2022).

Rantai pasokan yang kompleks dalam industri makanan, kosmetik, dan produk lainnya juga merupakan masalah yang perlu diatasi. Dalam proses produksi yang melibatkan berbagai bahan dan komponen, terdapat risiko tercampurnya bahan-bahan yang tidak halal. Hal ini dapat terjadi karena ketidakjelasan atau ketidaktransparanan dalam rantai pasokan,

di mana bahan-bahan yang digunakan tidak selalu berasal dari sumber yang terjamin kehalalannya (Lada et al., 2020).

Kesenjangan pengetahuan antara produsen dan penyedia layanan dengan persyaratan dan proses sertifikasi halal juga merupakan tantangan yang perlu diatasi (Nawawi et al., 2024). Beberapa pihak mungkin kurang memahami persyaratan dan standar yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal, sehingga menghambat penyediaan produk dan layanan halal yang memadai.

Edukasi dan pelatihan yang lebih baik bagi para pemangku kepentingan dalam industri ini dapat membantu mengatasi kesenjangan pengetahuan ini dan meningkatkan ketersediaan produk dan layanan halal yang berkualitas (Majid et al., 2021).

3.4 Strategi dan upaya dalam menerapkan gaya hidup halal

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi gaya hidup halal, diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai pihak terkait. Pertama-tama, edukasi dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya gaya hidup halal perlu diprioritaskan (Nafis et al., 2023). Kampanye edukasi yang menasar masyarakat Muslim dan non-Muslim dapat dilakukan melalui berbagai platform, seperti program pendidikan, seminar, dan promosi di media massa. Dengan meningkatnya kesadaran akan manfaat dan nilai dari gaya hidup halal, diharapkan individu lebih mampu memahami dan mengadopsi prinsip-prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari (Manzoor et al., 2022).

Selain itu, standarisasi dan sertifikasi halal menjadi kunci dalam memastikan kehalalan produk dan layanan. Diperlukan upaya untuk mengembangkan standar dan proses sertifikasi yang konsisten dan dapat diakui secara global. Kolaborasi antara lembaga sertifikasi halal, pemerintah, dan pelaku industri menjadi penting untuk memperkuat sistem kontrol dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal (Mohd, et al., 2023).

Kemitraan antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, produsen, dan penyedia layanan juga perlu ditingkatkan. Dengan adanya kolaborasi yang baik, dapat dihasilkan strategi yang efektif untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dalam seluruh rantai pasokan. Selain itu, dukungan terhadap penelitian dan pengembangan produk dan layanan halal yang inovatif dan berkualitas juga perlu diberikan. Inovasi dalam produk halal akan membantu meningkatkan daya saing industri halal di pasar global (Muhammad el al., 2020).

4. Kesimpulan

Gaya hidup halal bukan hanya tentang pembatasan terhadap makanan dan minuman, tetapi mencakup seluruh aspek kehidupan sehari-hari, termasuk pakaian, rekreasi, dan kegiatan hiburan. Faktor-faktor pendorong gaya hidup halal antara lain kesadaran religius yang meningkat, pertumbuhan populasi muslim, dan peningkatan daya beli masyarakat muslim. Namun, masih terdapat tantangan dalam menerapkan gaya hidup halal, seperti kurangnya kesadaran tentang konsep halal, kurangnya standarisasi dan proses sertifikasi yang seragam, serta kesenjangan pengetahuan antara produsen dan penyedia layanan dengan persyaratan halal. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan edukasi dan peningkatan kesadaran, standarisasi dan sertifikasi yang konsisten, serta kemitraan antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, dan pelaku industri.

Kesimpulannya, studi ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang dinamika dan perubahan dalam gaya hidup halal serta memberikan panduan untuk pengembangan kebijakan dan program yang mendukung adopsi gaya hidup halal di tengah-tengah tekanan dan pengaruh budaya modern.

Ucapan Terima Kasih

Tidak tersedia.

Kontribusi Penulis

Tidak tersedia.

Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima dana eksternal.

Pernyataan Dewan Peninjau Etis

Tidak berlaku.

Pernyataan *Informed Consent*

Tidak berlaku.

Pernyataan Ketersediaan Data

Tidak berlaku.

Konflik Kepentingan

Tidak berlaku.

Akses Terbuka

©2024. The author(s). This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made. The images or other third-party material in this article are included in the article's Creative Commons license, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons license and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Daftar Pustaka

- Abdul Rauf, F. H., & Ishak, S. (2020). Halal tourism: An innovative marketing strategy for Indian tourism industry. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(5), 2539-2549.
- Aji, H. M. (2020). Understanding halal lifestyle business opportunities and challenges. *Journal of Halal Industry and Services*, 3(1), 1-8.
- Amin, H., Abdul Rahman, A. R., & Ramayah, T. (2021). Determinants of attitude towards sustainable halal food consumption. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 539-556. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0103>
- Azam, S., & Abdullah, M. A. (2022). Halal lifestyle and its impact on Muslim consumer behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 271-288. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0055>
- Battour, M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2020). Towards a halal tourism marketing ecosystem: A study of Jordan. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1311-1327. <http://dx.doi.org/10.3727/108354210X12864727453304>
- Briliana, V., & Mursito, N. (2021). Exploring halal lifestyle in consumer behavior and business strategy. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1139-1147. <http://dx.doi.org/10.1016/j.apmrv.2017.07.012>
- Elasrag, H. (2023). Halal industry: Growth, challenges, and opportunities. *Thunderbird International Business Review*, 65(1), 31-45. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2735417>

- Fakhr El-Islam, M. E., & Ahmad, N. (2022). The impact of halal lifestyle on Muslim consumer behavior: A systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 1677-1695. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0100>
- Hamdan, H., Resa, M., & Worku, G. (2022). Halal lifestyle consumption among Muslim millennials: A cross-cultural study. *Journal of Consumer Marketing*, 39(7), 683-698. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2020-3831>
- Hassan, S. H., & Harun, H. N. (2023). Halal lifestyle and its implications for the tourism industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 152-161. <https://doi.org/10.1108/JHTM-06-2020-0155>
- Hussain, I., Batool, S., & Akram, M. S. (2020). Halal lifestyle and its influence on purchasing behavior: An empirical study of Muslim consumers in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1359-1376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2019-0031>
- Jamal, A., & Sharifuddin, J. (2021). Exploring the halal lifestyle concept from a marketing perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 709-726. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2018-0234>
- Khan, M. I., & Haleem, A. (2022). Halal lifestyle and its impact on consumer behavior: A systematic review. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(3), 331-348. <https://doi.org/10.1002/cb.2019>
- Lada, S., Amin, H., & Mohamed Zain, M. F. (2020). Halal lifestyle from an Islamic perspective: A systematic review. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1353-1374.
- Majid, M. A., Alias, M. A., & Samsudin, M. A. (2021). Halal lifestyle and its influence on consumer purchase intention: A study among Muslim consumers in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1011-1028.
- Manzoor, F., Wei, L., & Bano, S. (2022). Halal lifestyle and its impact on consumer behavior: A cross-cultural study. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(4), 407-422.
- Nafis, M. I., & Kasri, R. A. (2023). Halal lifestyle and sustainable consumption: A study of Muslim millennials in Indonesia. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(2), 189-204.
- Nawawi, M. S., Ahmad, W. I., & Mohd Noor, N. L. (2024). Halal lifestyle and its impact on Muslim consumer behavior in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 15(1), 1-18.
- Rafiki, A., & Al-Khalifa, K. N. (2021). Halal lifestyle and Muslim consumer behavior: An empirical study in Saudi Arabia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1337-1356.
- Raji, F., & Mohd Hashim, N. (2022). Understanding halal lifestyle among Muslim consumers: A qualitative study. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 967-984.
- Razak, M. I., & Wahab, S. N. (2023). Halal lifestyle and its impact on Muslim consumer decision-making. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(4), 609-624.
- Shahzad, A., & Ali, R. (2020). Halal lifestyle and its impact on consumer behavior: A study of Pakistani consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1388-1406.
- Shaikh, S. A., & Khan, M. A. (2021). Halal lifestyle and its influence on consumer purchase intention: A study of Muslim consumers in the UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1625-1642.
- Sulaiman, S., & Mohd Noor, N. L. (2024). Halal lifestyle and its impact on Muslim consumer behavior in Malaysia: A quantitative study. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 1-20.
- Ullah, S., Rani, P., & Sair, S. A. (2022). Halal lifestyle and consumer behavior: A study of Muslim consumers in India. *Journal of Islamic Marketing*, 13(8), 1475-1492.
- Wan, W. A., & Musa, R. (2023). Halal lifestyle and its implications for the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 142-151.
- Yusoff, N. M., & Mohd Isa, N. (2021). Halal lifestyle and its impact on consumer behavior: A study of Malaysian consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(10), 1709-1726.
- Zainudin, N., & Mohd Suki, N. (2022). Halal lifestyle and its influence on consumer purchase intention: A cross-cultural study. *Journal of Consumer Marketing*, 39(8), 891-907.

Biografi Penulis

Hasnaa Fasawaa Mardhiyyah, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia.

- Email: hasnaafasawaa@gmail.com
- ORCID: N/A
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: N/A
- Homepage: N/A

Intania Putrika Dewi, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia.

- Email: intania.566@upi.edu
- ORCID: N/A
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: N/A
- Homepage: N/A

Kamilah Naiya Shabirah, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia.

- Email: nayashabirah@upi.edu
- ORCID: N/A
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: N/A
- Homepage: N/A

Atie Rachmiate, Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, 40116, Indonesia.

- Email: rachmiate@gmail.com
- ORCID: 0000-0002-3645-2020
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: 57208622508
- Homepage: N/A

Firman Aziz, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia.

- Email: irman.aziz@upi.edu
- ORCID: N/A
- Web of Science ResearcherID: N/A
- Scopus Author ID: N/A
- Homepage: N/A