

## Determination Digital Economy of Strengthen Local Halal Tourism

**Syahvergio Anugrah Al Kautsar**

Universitas Trunojoyo Madura

Email: [200721100143@trunojoyo.ac.id](mailto:200721100143@trunojoyo.ac.id)

**Alan Su'ud Ma'adi**

Universitas Trunojoyo Madura

Email: [alansuudmaadi@yahoo.com](mailto:alansuudmaadi@yahoo.com)

**Taufiqur Rahman**

Universitas Trunojoyo Madura

Email: [taufiqur.rahman@trunojoyo.ac.id](mailto:taufiqur.rahman@trunojoyo.ac.id)

### ***Abstract***

*The digitalization transformation of halal tourism in Indonesia is categorized as low. This study aims to reveal the influence of variables, security, fintech, brand image and infrastructure on people's decisions to travel halal in Madura. This type of research was sourced from primary data obtained from the distribution of questionnaires in the coastal area of Madura, the meeting of 100 respondents based on the calculation of Lemeshow. Multiple linear regression analysis method used SPSS 24 Software to analyze this research data. The results of the study include security fintech influence Sig. (0.005) on people's decisions to travel halal in Madura, infrastructure and brand image influence Sig. (<0.005) on people's decisions to travel halal in Madura. Based on these results, it encourages further research to analyze different factors that influence people's decisions in halal local tourism in Madura.*

**Keywords :** *Tourism, digitalization, Halal*

### **Abstrak**

Transformasi digitalisasi pariwisata halal di Indonesia terkategori rendah. Penelitian ini ditujukan guna mengungkap pengaruh *variabel* ,security fintech,brand image dan infrastruktur terhadap keputusan masyarakat untuk berwisata *halal* di madura. Jenis penelitian ini bersumber data primer yang didapat hasil penyebaran quisioner dikawasan pesisir madura,permusuan 100 responden didasari perhitungan *lemeshow*. Metode analisis regresi linier berganda menggunakan *Software* SPSS 24 untuk menganalisis data penelitian ini. Hasil penelitian diantaranya security fintech berpengaruh Sig. (0,005) terhadap keputusan masyarakat untuk

berwisata halal di Madura, *infrastruktur* serta brand image berpengaruh Sig. ( $<0,005$ ) terhadap keputusan masyarakat untuk berwisata halal di Madura. Berdasarkan hasil tersebut mendorong penelitian selanjutnya untuk menganalisis faktor berbeda yang mempengaruhi keputusan masyarakat lokal dalam wisata halal di Madura.

**Kata Kunci :** Pariwisata, digitalisasi, Halal

## Pendahuluan

Indonesia terkategori tinggi dalam memiliki kekayaan alam. Negara dengan julukan "*Asian Tiger fall sleeping*" mengilustrasikan banyaknya peluang ekonomi dalam negara Indonesia.<sup>1</sup> Bidang yang mampu menciptakan lapangan kerja dan mempromosikan kekayaan budaya Indonesia menjadikan tujuan pariwisata. Fintech sarana untuk memfasilitasi produktivitas operasional di berbagai sektor dengan jaminan *benefit* jangkauan pemasaran luas serta efektivitas untuk pelaksanaannya mampu menghemat beberapa dana operasional di perusahaan. Pentingnya security fintech ini bagi sektor pariwisata digunakan untuk eksistensi daya minat yang mampu diakses oleh mancanegara dengan bermodal aplikasi digital masyarakat mampu mengetahui seluruh Industri pusat potensi pariwisata negara.<sup>2</sup> Berdasarkan BPS tingkat *cyber crime* aplikasi *online* dengan 80 *platform* ilegal serta kasus penipuan *online* yang berhasil ditutup sebesar 4.432. Cenderung masyarakat akan terjerumus disebabkan Minimnya pemahaman akan teknologi serta penyalahgunaan untuk kepentingan pribadi. Keuntungan yang diperoleh melalui *efektivitas* serta *fleksibel* kinerja fintech tentunya berperan dalam penguatan pariwisata. Pentingnya perlindungan hukum wisatawan menjadi mitigasi resiko berkelanjutan. Keamanan yang kompetibel serta tercapainya perolehan utilitas masyarakat dari pelayanan pariwisata akan memotivasi masyarakat untuk tertarik berpariwisata aman.<sup>3</sup> *Brand Image* bentuk kualitas dalam pelayanan jasa, dengan memiliki *positioning* yang bagus memberikan *brand image* yang baik kawasan mancanegara. Kepulauan yang luas menjadikan modal peluang investasi besar di sektor pariwisata kawasan industri halal global.

---

<sup>1</sup> Desy Tri Anggarini, "Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid - 19," *Jurnal Parwisata* 8, no. 1 (April 1, 2021): 22.

<sup>2</sup> "Badan Pusat Statistik," accessed July 18, 2023, <https://www.bps.go.id/publication/2022/11/30/4022d3351bf3a05aa6198065/statistik-kriminal-2022.html>.

<sup>3</sup> Annung Purwati and Mega Mirasaputri Cahyanti, "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (June 16, 2022): 34.

Langkah tersebut menjadikan Pemerintah serta masyarakat akan menghadapi ketidakpastian dan kekhawatiran terkait pengutan ekonomi negara. Perkiraan kasus ekonomi lesu(*recession*) yang dialami belahan negara Amerika Serikat di tahun 2024 nantinya telah menjadi sorotan utama dalam perekonomian global. Mengutip Berita Acara<sup>4</sup> dampak yang terjadi akibat resesi ini merambat secara luas. Faktor utama yang berkontribusi terhadap terjadinya resesi ini adalah tingginya tingkat ketidakstabilan dalam kebijakan fiskal dan moneter global,serta perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis khususnya industri pariwisata. Untuk mengatasi situasi ini, pemerintah dan otoritas ekonomi tengah berupaya melalui tahapan *stimulus* dan kebijakan lainnya. Namun, proses pemulihan ekonomi yang merata kemungkinan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk tercapai.<sup>5</sup> Langkah solutif yang perlu kita lakukan yakni dengan melakukan pengembangan potensi pariwisata halal serta penguatan ekonomi lokal dibidang UMKM halal<sup>6</sup>, salah satunya Pantai Camplong Sampang yang teridentifikasi memiliki potensi tersebut,dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan devisa negara semakin tinggi.

*Tabel 1.1 Pergerakan Wisatawan*

<i><b>Time Series</b></i>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Kunjungan Wisatawan Mancanegara	151.163	9.952	217.614
Kunjungan Hotel Jawa timur	28,37	24,74	27,49
Nilai Devisa Pariwisata (miliar dollar AS)	3,31	0,52	4,26
PDRB (Laju Ekonomi Sampang)	19,842	20,638	23,009

Proyeksi nilai devisa 2023 negara Indonesia didasari pelaporan triwulan I naik cepat dengan nilai 6 miliar dollar AS bersumber nilai PAD (Pendapatan Asli Daerah)meningkat secara optimal saat ini.<sup>7</sup> Tingginya pengaruh pariwisata dalam ekonomi negara menjadi motivasi peneliti untuk menilai lebih lanjut terkait pembangunan infrastruktur dengan brand image serta keamanan digital. didasari dengan rasa aman serta nyaman mampu menambah minat wisatawan

<sup>4</sup> “Tahun Ini Gelap Gulita, Sri Mulyani Ungkap 2024 Lebih Cerah,” accessed July 18, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230406112607-4-427837/tahun-ini-gelap-gulita-sri-mulyani-ungkap-2024-lebih-cerah>.

<sup>5</sup> Supriyadi *et al.*, “Optimalisasi Pariwisata Syariah Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat Madura,” *GREENOMIKA* 3, no. 2 (December 25, 2021): 64.

<sup>6</sup> Nur Rachmat Arifin, Ridan Muhtadi, and Sri Herianingrum. "Small and Medium Enterprise Perception of Halal Certification Post Formalization of Islamic City Branding." *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)* 4, no. 1 (2019): 601-610.

<sup>7</sup> Akhmad Mun'im, “Penyempurnaan Pengukuran Kontribusi Pariwisata: Alternatif Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia,” 2022, 3.

dalam berkunjung pariwisata halal di daerah lokal. Tercatat jumlah penduduk indonesia sebanyak 277,43 juta jiwa ditahun 2023 serta 87,2% beragama muslim. Ditambah kapasitas SDM yang surplus memotivasi peluang sebagai negara maju.<sup>8</sup> Kegiatan pemerintah IKN (Ibu Kota Nusantara) menjadi daya tarik untuk investasi pariwisata. Melihat PDRB perkembangan wisata halal di daerah jawa timur meningkat membuktikan sarana pemicu kemajuan ekonomi negara<sup>9</sup>, dengan banyaknya pusat wisata terbengkalai yang menjadi keterbatasan aksesibilitas dan fasilitas pemerintah sehingga pengembangan infrastruktur menjadikan polemik ditengah masyarakat yang membutuhkan wisata berbasis kearifan lokal<sup>10</sup>, pariwisata halal menjadikan solutif perekonomian skala makro ekonomi. Dengan memahami peluang,dan relevansi hambatan memotivasi penelitian ini melihat seberapa besar pengaruh security fintech yang didapat dari brand image sehingga mendorong pembiayaan insfrastruktur terhadap minat masyarakat lokal dalam berwisata Halal. Dinantikan bisa membagikan pengetahuan dan anjuran yang bermanfaat untuk pengembangan industri pariwisata halal di Sampang,Madura dan Indonesia.

## **Security Fintech**

Penyesuaian antara digitalisasi dengan sektor pariwisata halal tentunya memberikan benefit yang tinggi bagi masyarakat sekitar.<sup>11</sup> Kemudahan yang ditawarkan dengan menggunakan aplikasi digital yakni jangkauan akseibilitas masyarakat berskala global serta kemudahan dalam melakukan pembayaran.<sup>12</sup>Qris menjadikan *example* riil security fintech untuk kemudahan masyarakat dalam melakukan pembayaran,kemudahan dan keamanan dalam menggunakan aplikasi ini menjadikan masyarakat termotivasi untuk terus melakukan beberapa kegiatan pariwisata,aplikasi digital juga memberikan peran penting terhadap pola

---

<sup>8</sup> "IKN - Ibu Kota Negara," IKN, December 10, 2021, <https://ikn.go.id/>.

<sup>9</sup> Dwi Ariady Kusuma, Ridan Muhtadi, and Fitriyana Agustin. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Halal Berbasis Bumdesa Di Jawa Timur; Peluang Dan Tantangan." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 156-185. Lihat juga, Nova Haryanto, Ridan Muhtadi, and Moh Fudholi. "Application of Halal Tourism Village Development Based on BUMDESA in East Java: Interpretive Structural Modeling (ISM) Approach." *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 9, no. 2 (2022): 120-136.

<sup>10</sup> Mansur, Ridan Muhtadi, Kamali Kamali, and Akhmad Rofiki. "Model Local Culture Tourism Berbasis Tanean Lanjhang Desa Larangan Luar Pamekasan." *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 17-40.

<sup>11</sup> Xiangyin Li et al., "Research on the Integration of Cultural Tourism Industry Driven by Digital Economy in the Context of COVID-19—Based on the Data of 31 Chinese Provinces," *Frontiers in Public Health* 10 (March 9, 2022): 8, <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.780476>.

<sup>12</sup> Ayu Indriani, E Mulya Syamsul, and Ayu Gumilang Lestari, "Quick Response Code Indonesian Standard (Qris), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan)" 5, no. 3 (2023): 1487.

perilaku masyarakat.<sup>13</sup> Dalam penelitiannya mengungkapkan security fintech mempengaruhi minat wisatawan dalam berkunjung pariwisata halal. Transformasi digital mengubah kebiasaan masyarakat. Perubahan digitalisasi wisata halal lokal dapat menambah kemajuan ekonomi negara.<sup>14</sup> Perangkat fintech dalam berpariwisata secara nyata dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat lokal.

### **Brand Image**

Faktorial strategi marketing dunia industrial pelayanan jasa serta kegiatan promosi tempat wisata halal menjadikan brand image sebagai fondasi awal.<sup>15</sup> Munculnya pengetahuan *quality* kegiatan aktivitas perusahaan mampu diperoleh dengan adanya brand image. Persepsi yang diciptakan oleh masyarakat terhadap layanan jasa dibentuk oleh pengalaman, loyalitas, dan interaksi masyarakat dengan brand.<sup>16</sup> Promosi dan pemasaran yang efektif juga dapat mempengaruhi cara wisatawan memandang destinasi pariwisata.<sup>17</sup> Brand Image mempengaruhi minat masyarakat dalam berpariwisata halal. Reputasi image pariwisata halal yang baik dapat memiliki efek yang signifikan. Tempat yang memiliki brand yang positif, menarik, dan meyakinkan dijadikan motivasi wisatawan untuk mengunjunginya. Selain itu, brand image yang positif dapat mempengaruhi persepsi wisatawan tentang kualitas layanan, keramahan masyarakat lokal, dan kepuasan pengalaman secara keseluruhan.<sup>18</sup> Upaya pengembangan pariwisata lokal melibatkan kolaborasi antara pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal untuk mengelola, mempromosikan, dan

---

<sup>13</sup> Muhammad Ashoer et al., "Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Teknologi Finansial (Fintech) kepada Masyarakat Desa Kapita, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan (Educating the Utilization of Financial Technology (Fintech) Apps toward the Villagers of Kapita Village, Jeneponto, South Sulawesi)," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 3 (2022): 164.

<sup>14</sup> Lukmanul Hakim, "Digitalisasi Wisata Halal melalui Aplikasi Smartphone Dimasa Pandemi Covid-19," *Journal of Islamic Management* 1, no. 2 (August 8, 2021): 143, <https://doi.org/10.15642/jim.v1i2.556>.

<sup>15</sup> Alexsander Delpiero and Ety Istriani, "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, dan Servicescape terhadap Minat Berkunjung Di Taman Sari Yogyakarta," *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 6, no. 2 (April 13, 2023): 234, <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.271>.

<sup>16</sup> Abdur Rohman and Abdur Rohman, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Citra Rumah Makan Asela Sampang" 8 (2023): 61.

<sup>17</sup> Muhamad Yusup, Riduan Mas'ud, and Maimunah Johari, "Brand Value and Tourists' Satisfaction in Lombok Indonesia as a Halal Tourism Destination," *Shirkah: Journal of Economics and Business* 7, no. 1 (April 30, 2022): 11, <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i1.403>.

<sup>18</sup> Mohammad Taquiddin Mohammad, Abdul Hannan, and Alan Suud Maadi, "The Marketing Strategy Of Madura Tourism Industry Area Trough Sustainable Development Based Gender," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 5, no. 1 (June 30, 2019): 23, <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i1.13987>.

mempertahankan citra positif destinasi.<sup>19</sup> Dengan memiliki brand image yang kuat, destinasi dapat menjadi lebih kompetitif dan berhasil menarik wisatawan.

### **Infrastruktur**

Rekonstruksi bangunan dalam tempat wisata menjadi daya nilai jual tersendiri dalam pariwisata halal.<sup>20</sup> Infrastruktur diharapkan mampu menopang pembangunan perekonomian dengan merata, secara fiskal pembangunan infrastruktur tentunya menjadi kewajiban dalam suatu pemerintahan.<sup>21</sup> Infrastruktur yang baik ditandai dengan sistem transportasi yang kompleks sehingga dapat meningkatkan aksesibilitas dan mobilitas perjalanan bagi wisatawan yang mudah. Hal ini dapat akan mengakibatkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan lokal dengan bertambahnya pendapatan dari sektor pariwisata halal mampu potensi menciptakan lapangan kerja baru serta optimalisasi UMKM lokal.<sup>22</sup> Untuk membiayai infrastruktur pariwisata, pemerintah dapat bekerja sama dengan sektor swasta dalam skema kemitraan publik-swasta (PPP). PPP memungkinkan pemerintah dan pihak swasta bekerja sama untuk membangun, membangun, dan mengoperasikan infrastruktur pariwisata, dengan pemerintah memberikan insentif dan kepastian hukum. Selain itu, pemerintah juga dapat mendapatkan dana dari lembaga keuangan global untuk membiayai proyek infrastruktur yang berkaitan dengan pariwisata. Infrastruktur berhubungan dengan minat masyarakat dalam pariwisata halal.<sup>23</sup> Pembiayaan infrastruktur yang tepat akan meningkatkan daya tarik tempat wisata lokal, sehingga mendorong pertumbuhan industri halal secara keseluruhan.

---

<sup>19</sup> Nasrulloh Nasrulloh, Elfira Maya Adiba, and Mohamad Nur Efendi, "Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Pesisir Bangkalan Madura: Identifikasi Peranan Bank Syariah," *Muslim Heritage* 8, no. 1 (June 30, 2023): 23, <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.4989>.

<sup>20</sup> Annisa Rahmadita and Sarah Annisa Noven, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatra Barat (Studi Kasus Wisatawan Muslim Milenial Indonesia)," n.d., 6.

<sup>21</sup> Ariane Pesimo Abundabar and Marilou A. Pongpong, "Assessing the Local Tourism Infrastructure and Services towards Tourism Development of San Jose," *International Journal of Applied Research in Tourism and Hospitality* 1, no. 2 (February 5, 2023): 101, <https://doi.org/10.52352/ijarthy.v1i2.805>.

<sup>22</sup> Teddy Adrian Rihaksa and Hera Susanti, "Penyuluhan Pentingnya Peran Infrastruktur Dalam Permintaan Pariwisata Internasional Indonesia" 4, no. 1 (2023): 742.

<sup>23</sup> Nabila Tri Utami Putri, "perencanaan wilayah kota," preprint (Open Science Framework, January 28, 2023), 224.

## **Keputusan Masyarakat**

Dalam teori keputusan, penilaian dan pengambilan keputusan adalah proses penyelesaian masalah.<sup>24</sup> Komponen yang bisa mempengaruhi kecenderungan masyarakat saat memilih berpariwisata halal secara tidak langsung termasuk faktor eksternal dan internal, fasilitas yang buruk, dan pengetahuan tentang informasi.<sup>25</sup> Umumnya masyarakat memotivasi dapat berminat pada tempat wisata yang memiliki eksistensi *trending*, dengan pola perilaku cenderung homogen hanya karena ingin meniru orang lain.<sup>26</sup> Masyarakat cenderung membuat keputusan berdasarkan beberapa factor diantaranya sosial, budaya, prinsip halal dan kesadaran wisata halal.<sup>27</sup> Mulanya masyarakat dalam mengambil keputusan untuk minat berpariwisata halal menggunakan asumsi rasionalitas di mana asumsi tersebut berkaitan dengan cara atau pola pikir manusia dalam mengambil suatu pilihan maupun keputusan dengan menggunakan logika.<sup>28</sup> Ketertarikan dan keinginan dalam aktivitas pariwisata tujuan inti, minat masyarakat lokal dalam pariwisata halal dengan penelitian ini dapat dilakukan strategi pemasaran yang tepat dan peningkatan pariwisata halal.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa elemen penentu empiris variabel dalam keputusan masyarakat menjadi wisatawan halal lokal. (Teori deduktif)<sup>29</sup> berargumentasi bahwasanya adanya fintech memberikan efektivitas serta kenyamanan untuk masyarakat. Teriring adanya proteksi wisatawan digital membuat sesuai dengan prinsip fintech pariwisata halal, bentuk penelitian ini menggunakan penilaian kuantitatif dengan pengumpulan data *simple random sampling* serta pertimbangan peluang untuk setiap populasi yang dipilih sebagai

---

<sup>24</sup> Alifah, Nuri Herachwati, and Ridan Muhtadi. "Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour: (Studi Pada Masyarakat Pamekasan)." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 186-210.

<sup>25</sup> Irena Eldryanti Ating Sia, Ni Wayan Mega Sari Apri Yani, and Luh Eka Susanti, "Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung," *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis* 2, no. 1 (January 30, 2023): 236.

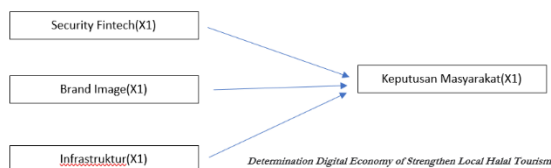
<sup>26</sup> Rahmadita and Noven, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatra Barat (Studi Kasus Wisatawan Muslim Milenial Indonesia)," 2.

<sup>27</sup> Annio Indah Lestari Nasution, Reni Ria Armayani Hasibuan, and Wahyu Syarvina, "Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata di Aceh)," n.d., 2.

<sup>28</sup> Vesia Kriskaritta NOVENA and Rini Nugraheni, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata" (other, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013), 16, <https://repofeb.undip.ac.id/4151/>.

<sup>29</sup> Sinta Sinta and Sukaris Sukaris, "Influence Of Perception Of Ease, Security, And Features On Decision To Use Digital Wallet Gopay," *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)* 1, no. 2 (December 31, 2021): 900, <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i2.3492>.

sampel menggunakan<sup>30</sup>rumus *Lemesbow* (Tidak terhitung pupolasi, 96 responden). Penelitian ini melakukan pengkajian menggunakan instrumen utama yang diperoleh melalui survei kuesioner online berbasis Google Form dengan skala Likert 1-5. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menerapkan metode analisis regresi linier berganda. Metode model pengukuran SPSS diciptakan untuk menyelesaikan permasalahan apabila terjadi kecacatan terkait hal-hal tertentu dalam suatu data, antara lain nilai yang hilang, ukuran sampel penelitian yang kecil, serta tidak terdeteksi terbaca dari asumsi. Menurut<sup>31</sup>komponen fundamental dari SPSS antara lain (1) uji validitas, (2) reliabilitas dan, (3) asumsi klasik, dengan model pengukuran validitas memungkinkan penelitian untuk dapat meninjau kontribusi tiap indikator dalam pengukuran konstruk secara valid serta meninjau keakuratan jangkauan skala pengukuran dalam mengukur dengan hasil kesimpulan skor instrumen. Reliabilitas memungkinkan peneliti untuk dapat melakukan analisis terhadap nilai pertanyaan dan pernyataan memiliki sifat keandalan dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,5 – 0,7 secara signifikansi sesuai keinginan peneliti. Dugaan klasik pada penelitian ini memakai normalisasi dan analisis model dilakukan melalui regresi berganda dengan menguji multikolinearitas dan heteroskedastisitas menggunakan uji T (parsial), uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R) untuk mengevaluasi hubungan antar variabel secara keseluruhan, model analisis sebagai berikut;



Gambar 3.1 Kerangka Hipotesis

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dengan minimal status pekerjaan, berdomisili di Indonesia yang telah melakukan

<sup>30</sup> Michelle Cantika Pontoan, Jay Idoan Sihotang, and Erienika Lompoliu, "Information Security Analysis of Online Education Management System Using Information Technology Infrastructure Library Version 3," *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer* 22, no. 2 (March 31, 2023): 208.

<sup>31</sup> Wardana, *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20* (LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2020), 11.



kegiatan wisata halal dalam dua tahun terakhir, dan telah mendengar istilah "Pariwisata halal di Pantai Camplong Sampang".

## Pembahasan dan Hasil penelitian

### Deskripsi Data

Didasari hasil olahan penelitian yang didapat dari sumber data primer (kuesioner) yang disebarluaskan secara online dapat disimpulkan terkumpul 96 responden yang valid. Deskripsi karakteristik responden dijelaskan pada tabel 3.1 berikut ini ;

No	Karakteristik	Presentase	Frekuensi
1	<b>Gender</b>		
	Boy	21,6%	35
	Girls	78,4%	61
2	<b>Work</b>		
	PNS/Non PNS	28,5%	45
	Mahasiswa	39,5%	40
	Wirausaha	37,3%	11
3	<b>Age</b>		
	18-22 usia	66%	84
	>23 usia	44%	15
4	<b>Religion</b>		
	Islam	97%	93
	Hindu	1%	1
	Katolik	1%	1
	Kristen	1%	1

*Tabel 3.1 Data Primer (Data diolah)*

### Uji Instrumen data & Asumsi Klasik

Instrumen penelitian terkategori valid, nilai korelasi dengan signifikansi cronbach's alpha < 0,05, dalam penelitian kami menghasilkan nilai ringkasan di tabel 4.1.

*Tabel 4.1 Uji Validitas SPSS (Data Olahan)*

Var	Indikator	Sig.	Keterangan
Security Fintech	X 1.1	0,000	Verivication Valid
(X1)	X 1.2	0,000	Verivication Valid
	X 1.3	0,000	Verivication Valid
	X 1.4	0,000	Verivication Valid
Brand Image	X 2.1	0,000	Verivication Valid

(X2)	X 2.2	0,000	Verivication Valid
	X 2.3	0,000	Verivication Valid
	X 2.4	0,000	Verivication Valid
	X 2.5	0,000	Verivication Valid
Infrastruktur	X 3.1	0,000	Verivication Valid
(X3)	X 3.2	0,000	Verivication Valid
	X 3.3	0,000	Verivication Valid
	X 3.4	0,000	Verivication Valid
	X 3.5	0,000	Verivication Valid
	X 3.6	0,000	Verivication Valid
Keputusan Masyarakat	Y 1.1	0,022	Verivication Valid
	Y 1.2	0,000	Verivication Valid
(Y1)	Y 1.3	0,002	Verivication Valid
	Y 1.4	0,000	Verivication Valid
	Y 1.5	0,000	Verivication Valid
	Y 1.6	0,000	Verivication Valid
	Y 1.7	0,000	Verivication Valid
	Y 1.8	0,000	Verivication Valid

Hasil pengujian keandalan (*reliability*) menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian memiliki tingkat keandalan (*reliability*) yang memadai. Hal ini tercermin dari nilai Cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,05, sebagaimana terlihat dalam Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Uji Reability SPSS (Data Olahan)

<b><i>Variabel</i></b>	<b><i>Sig.</i></b>	<b><i>Keterangan</i></b>
Security Fintech	0,881	<i>Reliable</i>
Brand Image	0,662	<i>Reliable</i>
Infrastruktur	0,645	<i>Reliable</i>
Keputusan Nasabah	0,669	<i>Reliable</i>

Pengujian normalitas yang dilakukan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 0,92 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,42. Dengan nilai Sig. yang lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal.

Tabel 4.3 Uji *Kolmogrov Smirnov* SPSS (Data Olahan)

<i>Uji penelitian</i>	<i>Nilai Unztandardized Residual</i>
<i>Kolmogrov Smirnov</i>	0,92
Asymp.sig (2-tailed)	0,42

Hasil uji normalitas yang tercantum dalam tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov Smirnov adalah 0,92, dan Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,42. Karena nilai Sig. lebih besar dari 0,05, kesimpulannya adalah bahwa data penelitian dapat dikategorikan sebagai memiliki distribusi normal.

Tabel 4.4 Uji *Multikolinearitas* SPSS (Data Olahan)

<i>Variabel</i>	<i>VIF</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Security Fintech</i>	1,384	Tidak terbentuk <i>Multikolinearitas</i>
<i>Brand Image</i>	4,915	Tidak terbentuk <i>Multikolinearitas</i>
<i>Infrastruktur</i>	5,233	Tidak terbentuk <i>Multikolinearitas</i>

Dalam Tabel 4.5 dari uji *Heteroskedastisitas* menunjukkan hasil nilai signifikan tersebut <0,05 yang dapat dikatakan tidak terjadi *Heteroskedastisitas*. Sehingga dapat dikatakan *nothing correlation* atau keterkaitan dengan variabel bebas.

Tabel 4.5 Uji *Heteroskedastisitas* SPSS (Data Olahan)

<i>Variabel</i>	<i>Sig.</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Security Fintech</i>	0,061	<i>Non Heteroskedastisitas</i>
<i>Brand Image</i>	0,982	<i>Non Heteroskedastisitas</i>
<i>Infrastruktur</i>	0,780	<i>Non Heteroskedastisitas</i>

### Uji Hipotesis Linier Berganda

Teknik model pengujian data analisa regresi linier berganda digunakan agar dapat membandingkan keterkaitan pengaruh setiap *var*(variabel) independen dengan dependen yang dapat dinilai dari data olahan peneliti meenggunakan *software* SPSS 24.

Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda SPSS (Data Olahan)

<i>Var</i>	<i>B</i>	<i>T<sub>hitung</sub></i>	<i>Sig</i>	<i>R<sup>2</sup></i>
<i>Constant</i>	16,314			
Security Fintech	0,518	4.984	0,000	0,597

Brand Image	-0,512	-1,872	0,064	-0,293
Infrastruktur	0,792	3,345	0,001	0,695
Keputusan Masyarakat (Dependent)	$F_{hitung} = 25,785$	$Sig = 0,000$	$R^2 = 0,457$	

Hasil dari Tabel 4.6 menunjukkan bahwa Uji F pada regresi linier berganda digunakan untuk menguji sejauh mana setiap variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jumlah Signifikansi (ANOVA) menunjukkan nilai sebesar 0,000 (Sig. < 0,05), menandakan bahwa variabel Security Fintech, Brand Image, dan Infrastruktur secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam berpariwisata. Selanjutnya, dilakukan uji-t untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan teknik parsial. Tabel 4.6 menunjukkan nilai signifikansi variabel Security Fintech sebesar 0,000 (Sig. < 0,05), Brand Image sebesar 0,064 (Sig. < 0,05), dan Infrastruktur sebesar 0,001 (Sig. < 0,05). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa jika nilai uji-t signifikansi < 0,05, variabel tersebut berpengaruh secara parsial secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat. Sebaliknya, jika Sig. > 0,05, variabel tersebut bersifat negatif secara parsial dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan masyarakat.

Model Summary <sup>b</sup>									
		R	Adjusted	Std. Error	R Square	Change Statistics			Sig. F
Model	R	Square	R Square	of the Estimate	Change	F	Change	df1	df2
1	.676 <sup>a</sup>	.457	.439	1.374	.457	25.785	3	92	.000

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi SPSS (Data Olahan)

Koefisien determinasi (R) menunjukkan konektivitas semua *var* independen sejalan dalam memengaruhi *var* dependen. Script Tabel 4.7 diatas memuat nilai R sejumlah 0,457. Maknanya adalah segala *var* independen secara *simultan* berkaitan dengan *var* Keputusan masyarakat berwisata sebesar 45,7%, sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi penelitian ini. Koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) juga menunjukkan nilai kontribusi semua unsur *var* bebas terhadap *var* terikat. Memproyeksi hasil pengujian menunjukkan bahwa

*var* infrastruktur secara *central* memengaruhi keinginan Keputusan masyarakat dalam berpariwisata lokal di Madura dengan nilai tertinggi 0,695 diantara *var* bebas lainnya.

## **Pembahasan**

Kerentanan sistem yang kurang kompetibel serta tidak memiliki keamanan yang tinggi dapat menjadikan ancaman untuk instansi seperti layanan wisata halal, masyarakat lokal akan cenderung melakukan kegiatan ekonomi digital dengan jaminan aman dan halal. Hasil Uji *Hypothesis* Pertama bersifat positif atau diterima dengan nilai  $\text{sig} < 0,05(0,000)$ .<sup>32</sup> Sejalan dengan hasil penelitian yang menggambarkan antara adanya keterkaitan hubungan variabel Security Fintech dengan keputusan masyarakat dalam berwisata halal, data primer yang diperoleh menyebutkan sebanyak 67,6% responden yang sangat setuju adanya pengaruh hubungan variabel Security fintech dengan keputusan masyarakat untuk berwisata halal lokal. Didukung hasil penelitian<sup>33</sup> dan sebagai penguat ungkapan bahwasanya hubungan antara variabel Security Fintech seseorang dapat mempengaruhi minat masyarakat lokal dalam berwisata halal.

Pusat pengendalian promosi berasal dari eksistensi Brand Image, mengoptimalkan strategi pemasaran bentuk kewajiban setiap industri halal dalam memperoleh profitabilitas. Hasil Uji *Hypothesis* kedua positif atau diterima dengan nilai  $\text{sig} < 0,05(0,064)$  yang menggambarkan antara adanya keterkaitan hubungan variabel Brand image dengan keputusan masyarakat lokal untuk berwisata halal, data primer yang diperoleh menyebutkan sebanyak 61% responden yang sangat setuju adanya pengaruh hubungan variabel brand image dengan keputusan masyarakat untuk berwisata halal. Didukung hasil penelitian<sup>34</sup> dan<sup>35</sup> mengungkapkan bahwasanya hubungan antara variabel penilaian suatu brand image dapat mempengaruhi minat keputusan masyarakat lokal untuk berwisata halal.

Dalam status pengembangan potensi pariwisata lokal halal yang unggul, saran layanan Infrastruktur menjadi penunjang kualitas tempat wisata.

---

<sup>32</sup> Ashoer et al., "Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Teknologi Finansial (Fintech) kepada Masyarakat Desa Kapita, Kabupaten Jenepono, Sulawesi Selatan (Educating the Utilization of Financial Technology (Fintech) Apps toward the Villagers of Kapita Village, Jenepono, South Sulawesi)."

<sup>33</sup> Hakim, "Digitalisasi Wisata Halal melalui Aplikasi Smartphone Dimasa Pandemi Covid-19," 143.

<sup>34</sup> Yusup, Mas'ud, and Johari, "Brand Value and Tourists' Satisfaction in Lombok Indonesia as a Halal Tourism Destination."

<sup>35</sup> Mohammad, Hannan, and Maadi, "The Marketing Strategy Of Madura Tourism Industry Area Trough Sustainable Development Based Gender," 98.

Hasil Uji *Hypothesis* ketiga bersifat positif yang dimana  $\text{sig} > 0,05(0,001)$ .<sup>36</sup> Hal ini tentunya tidak sejalan dengan hasil penelitian yang menggambarkan adanya keterkaitan hubungan variabel Infrastruktur dengan keputusan masyarakat lokal untuk berwisata halal, data primer yang diperoleh menyebutkan sebanyak 28% responden yang setuju adanya pengaruh hubungan variabel Infrastruktur dengan keputusan masyarakat dalam berwisata halal. Sejalan dengan penelitian<sup>37</sup> akan tetapi.<sup>38</sup> Berbeda dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya hubungan antara variabel Pembiayaan infrastruktur tempat wisata dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat lokal untuk berwisata halal.

Hasil dari ketiga pengujian variabel ini berpotensi adanya variabel serta elemen lain yang berpeluang mengarahkan wisatawan/masyarakat untuk lebih memilih pariwisata halal digital guna reformasi finansial atau investasi jangka panjang<sup>39</sup> berpendapat taktik Kementerian Pariwisata dan Pemerintah Kabupaten Sampang strategi peningkatan minat/keinginan masyarakat lokal sudah bermacam, akan tetapi solutif yang dilakukan belum tercapai utilitasnya. Bentuk upaya lain secara *actual* perlu dilaksanakan, seperti halnya dengan memahami corak masyarakat domestik secara *intens*.<sup>40</sup> menjelaskan bahwa masyarakat lokal mampu bersinergi untuk penguatan pariwisata halal menjadi peluang potensial. Jika pemerintah memberikan pemahaman serta perlindungan hukum tentang Investasi dan wisatawan kepada masyarakat, maka berpeluang menggerakkan perkembangan pangsa pasar pariwisata halal secara internasional, khususnya pada wilayah Pantai Camplong Sampang serta kemajuan teknologi perekonomian wisata halal Indonesia.

---

<sup>36</sup> Putri, "perencanaan wilayah kota."

<sup>37</sup> Rahmadita and Noven, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatra Barat (Studi Kasus Wisatawan Muslim Milenial Indonesia)," 8.

<sup>38</sup> Rihaksa and Susanti, "Penyuluhan Pentingnya Peran Infrastruktur Dalam Permintaan Pariwisata Internasional Indonesia," 742.

<sup>39</sup> Magvira Ardhia Pratiwi and Novi Sunu Sri Giriwati, "Analisis Keberlanjutan Aspek Sosial Ekonomi Pada Kampung Topeng, Tlogowaru di Kota Malang Pasca Pandemi Covid-19," *RUANG-SPACE, Jurnal Lingkungan Binaan (Space: Journal of the Built Environment)* 9, no. 2 (October 30, 2022): 105, <https://doi.org/10.24843/JRS.2022.v09.i02.p02>.

<sup>40</sup> Titin Fatimah, Fransisca Iriani Roesmala Dewi, and Endah Setyaningsih, "Pengembangan Destinasi Wisata Desa Giritengah Untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran dan Ilmu Kesehatan* 6, no. 2 (October 31, 2022): 273, <https://doi.org/10.24912/jmstkik.v6i2.23011>.

## **Kesimpulan**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Infrastruktur tempat wisata berkaitan dengan minat masyarakat lokal untuk berpariwisata halal di Indonesia melihat nilai positif signifikansinya. *Security Fintech and Brand image* berpengaruh *Sig.* kepada keengganan minat keputusan masyarakat lokal untuk berpariwisata halal dengan nilai positif .

Temuan hasil penelitian ini guna industri pariwisata digital Ada kemungkinan bahwa iklan yang dilakukan tidak berhasil menarik pelanggan untuk berpariwisata lokal di pantai camplong Sampang. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah tambahan untuk memastikan bahwa pelanggan dapat menikmati destinasi wisata tersebut. Untuk memperkenalkan potensi wisata lokal dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar, pihak pariwisata baik pemerintah dan agen travelers di Indonesia harus dapat bekerja sama secara kolaboratif.

## **Daftar Pustaka**

- Abundabar, Ariane Pesimo, and Marilou A. Pongpong. "Assessing the Local Tourism Infrastructure and Services towards Tourism Development of San Jose." *International Journal of Applied Research in Tourism and Hospitality* 1, no. 2 (February 5, 2023): 97–116. <https://doi.org/10.52352/ijarthy.v1i2.805>.
- Alifah, Alifah, Nuri Herachwati, and Ridan Muhtadi. "Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour:(Studi Pada Masyarakat Pamekasan)." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 186-210.
- Anggarini, Desy Tri. "Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19." *Jurnal Pariwisata* 8, no. 1 (April 1, 2021): 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>.
- Ardiansyah, Firman, Fitriyana Agustin, and Ridan Muhtadi. "Digitalisasi Filantropi Islam Pada Pesantren Di Pulau Madura." *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021): 225-255.
- Arifin, Nur Rachmat, Ridan Muhtadi, and Sri Herianingrum. "Small and Medium Enterprise Perception of Halal Certification Post Formalization of Islamic City Branding." *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)* 4, no. 1 (2019): 601-610.

- Ashoer, Muhammad, Hukma Ratu Purnama, Munawir Nasir, and A Faisal Bahari. "Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Teknologi Finansial (Fintech) kepada Masyarakat Desa Kapita, Kabupaten Jenepono, Sulawesi Selatan (Educating the Utilization of Financial Technology (Fintech) Apps toward the Villagers of Kapita Village, Jenepono, South Sulawesi)." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 3 (2022).
- "Badan Pusat Statistik." Accessed July 18, 2023. <https://www.bps.go.id/publication/2022/11/30/4022d3351bf3a05aa6198065/statistik-kriminal-2022.html>.
- Delpiero, Alexsander, and Ety Istriani. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, dan Servicescape terhadap Minat Berkunjung Di Taman Sari Yogyakarta." *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 6, no. 2 (April 13, 2023): 233–45. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v6i2.271>.
- Fatimah, Titin, Fransisca Iriani Roesmala Dewi, and Endah Setyaningsih. "Pengembangan Destinasi Wisata Desa Giritengah Untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan." *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran dan Ilmu Kesehatan* 6, no. 2 (October 31, 2022): 271–80. <https://doi.org/10.24912/jmstkik.v6i2.23011>.
- Hakim, Lukmanul. "Digitalisasi Wisata Halal melalui Aplikasi Smartphone Dimasa Pandemi Covid-19." *Journal of Islamic Management* 1, no. 2 (August 8, 2021): 136–47. <https://doi.org/10.15642/jim.v1i2.556>.
- Haryanto, Nova, Ridan Muhtadi, and Moh Fudholi. "Application of Halal Tourism Village Development Based on BUMDESA in East Java: Interpretive Structural Modeling (ISM) Approach." *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 9, no. 2 (2022): 120-136.
- IKN. "IKN - Ibu Kota Negara," December 10, 2021. <https://ikn.go.id/>.
- Indriani, Ayu, E Mulya Syamsul, and Ayu Gumilang Lestari. "Quick Response Code Indonesian Standard (Qris), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan)" 5, no. 3 (2023).



- Kusuma, Dwi Ariady, Ridan Muhtadi, and Fitriyana Agustin. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Halal Berbasis Bumdesa Di Jawa Timur; Peluang Dan Tantangan." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 8, no. 1 (2022): 156-185.
- Li, Xiangyin, Xueping Liang, Ting Yu, Sijia Ruan, and Rui Fan. "Research on the Integration of Cultural Tourism Industry Driven by Digital Economy in the Context of COVID-19—Based on the Data of 31 Chinese Provinces." *Frontiers in Public Health* 10 (March 9, 2022): 780476. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.780476>.
- Mansur, Mansur, Ridan Muhtadi, Kamali Kamali, and Akhmad Rofiki. "Model Local Culture Tourism Berbasis Tanean Lanjhang Desa Larangan Luar Pamekasan." *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2020): 17-40.
- Mohammad, Mohammad Taqiuddin, Abdul Hannan, and Alan Suud Maadi. "The Marketing Strategy Of Madura Tourism Industry Area Trough Sustainable Development Based Gender." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 5, no. 1 (June 30, 2019): 82. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i1.13987>.
- Mun'im, Akhmad. "Penyempurnaan Pengukuran Kontribusi Pariwisata: Alternatif Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," 2022.
- Nasrulloh, Nasrulloh, Elfira Maya Adiba, and Mohamad Nur Efendi. "Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Pesisir Bangkalan Madura: Identifikasi Peranan Bank Syariah." *Muslim Heritage* 8, no. 1 (June 30, 2023): 79–102. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.4989>.
- Nasution, Annio Indah Lestari, Reni Ria Armayani Hasibuan, and Wahyu Syarvina. "Analisis Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan (Studi Kasus Wisata di Aceh)," n.d.
- NOVENA, Vesia Kriskaritta, and Rini Nugraheni. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Kunjungan Konsumen Pariwisata." Other, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013. <https://repofeb.undip.ac.id/4151/>.

- Pontoan, Michelle Cantika, Jay Idoan Sihotang, and Erienika Lompoliu. "Information Security Analysis of Online Education Management System Using Information Technology Infrastructure Library Version 3." *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer* 22, no. 2 (March 31, 2023): 207–16. <https://doi.org/10.30812/matrik.v22i2.2474>.
- Pratiwi, Magvira Ardhia, and Novi Sunu Sri Giriwati. "Analisis Keberlanjutan Aspek Sosial Ekonomi Pada Kampung Topeng, Tlogowaru di Kota Malang Pasca Pandemi Covid-19." *RUANG-SPACE, Jurnal Lingkungan Binaan (Space : Journal of the Built Environment)* 9, no. 2 (October 30, 2022): 105. <https://doi.org/10.24843/JRS.2022.v09.i02.p02>.
- Purwati, Annung, and Mega Mirasaputri Cahyanti. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 1 (June 16, 2022): 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>.
- Putri, Nabila Tri Utami. "perencanaan wilayah kota." Preprint. Open Science Framework, January 28, 2023. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xsdj3>.
- Rahmadita, Annisa, and Sarah Annisa Noven. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatra Barat (Studi Kasus Wisatawan Muslim Milenial Indonesia)," n.d.
- Rihaksa, Teddy Adrian, and Hera Susanti. "Penyuluhan Pentingnya Peran Infrastruktur Dalam Permintaan Pariwisata Internasional Indonesia" 4, no. 1 (2023).
- Rohman, Abdur, and Abdur Rohman. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Citra Rumah Makan Asela Sampang" 8 (2023).
- Rosyidah, Faridatur, Firman Ardiansyah, and Ridan Muhtadi. "Bumdesma Kampung Tani: Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Akad Syariah Di Kabupaten Pamekasan." *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021): 193-224.

- Sia, Irena Eldryanti Ating, Ni Wayan Mega Sari Apri Yani, and Luh Eka Susanti. "Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung." *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis* 2, no. 1 (January 30, 2023): 232–47. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.297>.
- Sinta, Sinta, and Sukaris Sukaris. "Influence Of Perception Of Ease, Security, And Features On Decision To Use Digital Wallet Gopay." *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)* 1, no. 2 (December 31, 2021): 898. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i2.3492>.
- Supriyadi, Fauzan, Ubaid Aisyul Hana, and Azibur Rahman. "Optimalisasi Pariwisata Syariah Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat Madura." *GREENOMIKA* 3, no. 2 (December 25, 2021): 56–66. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2021.03.2.2>.
- "Tahun Ini Gelap Gulita, Sri Mulyani Ungkap 2024 Lebih Cerah." Accessed July 18, 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230406112607-4-427837/tahun-ini-gelap-gulita-sri-mulyani-ungkap-2024-lebih-cerah>.
- Wardana. *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20*. LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2020.
- Yusup, Muhamad, Riduan Mas'ud, and Maimunah Johari. "Brand Value and Tourists' Satisfaction in Lombok Indonesia as a Halal Tourism Destination." *Shirkah: Journal of Economics and Business* 7, no. 1 (April 30, 2022): 1–16. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i1.403>.