

RINGKASAN PENELITIAN

Transisi pariwisata Madura mengoptimalkan digitalisasi ekonomi sangat rendah. Kekuatan *brand image* serta pembiayaan infrastruktur menjadi penguatan potensi pariwisata lokal. Bukti banyaknya pariwisata terbengkalai di negara kita menjadikan penelitian bersifat *solutif* guna *revitalisasi* perekonomian lokal. Maksud penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh aplikasi digital yang didapat dari *brand image* sehingga mendorong pembiayaan infrastruktur terhadap keputusan masyarakat berwisata halal di Sampang. Penggunaan pendekatan kuantitatif deskriptif atas teori *deduktif* memuat pengumpulan data *primer* dalam penelitian ini. Dengan sasaran populasi masyarakat Madura, dirumuskan perhitungan sampel menggunakan *Lemeshow*, hasil sebaran *Quesioner technique purposive sampling* memuat kapasitas 96 responden dianalisis menggunakan *Software IBM SPSS 24*. Dengan metode uji *instrument data*, uji asumsi klasik serta regresi linier berganda menjadikan dasar perhitungan kontribusi signifikansi keterikatan *variable*. Hasil penelitian tersebut diharapkan memotivasi penelitian selanjutnya mengidentifikasi faktor berbeda yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam penguatan pariwisata lokal di Indonesia. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini memuat tentang kontribusi pengaruh *security fintech* berpengaruh Sig. (0,005) terhadap keputusan masyarakat untuk berwisata, kemudian pembiayaan *infrastruktur* serta *brand image* berpengaruh Sig. (<0,005) terhadap keputusan masyarakat untuk berwisata halal di Pantai Camplong Sampang, Madura. Berdasarkan hasil tersebut mendorong penelitian selanjutnya untuk menganalisis faktor berbeda yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam wisata halal di Pantai Camplong Sampang Madura.

Kata kunci : Madura, digital, pariwisata.