

**PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN  
DI MADRASAH IBTIDAIYAH MUSLIMAT NAHDLATUL  
ULAMA PUCANG SIDOARJO**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

**PUTRI PRAHARANI**

**D73214051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PUTRI PRAHARANI

NIM : D73214051

Judul : PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN  
DI MI MUSLIMAT NAHDLATUL ULAMA (MINU) PUCANG  
SIDOARJO

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 15 Juni 2021

Yang Menyatakan,



**PUTRI PRAHARANI**  
**NIM. D7324051**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi ini telah ditulis oleh :

Nama : PUTRI PRAHARANI

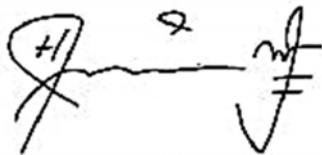
NIM : D73214051

Judul : PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN  
DI MI MUSLIMAT NAHDLATUL ULAMA (MINU) PUCANG  
SIDOARJO

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 15 Juni 2021

Pembimbing I



Dr. Hj. Hanun Asrohah, M.Ag  
NIP. 196804101995032002

Pembimbing II



Dr. Ali Mustofa, S.Ag, M.Pd  
NIP. 197612252005011008

## PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Putri Praharani ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 2021

Mengesahkan,

Dekan,



Prof. Dr. H. An Mas'ud, M.Ag, M.Pd.I  
NIP. 196301231993031002

Penguji I,

Dr. Mukhlisah, AM., M.Pd.  
NIP. 196805051994032001

Penguji II,

Hj. Ni'matu S. Lillah, M.Ag.  
NIP. 197308022009012003

Penguji III,

Dr. Hj. Hanun Asrohan, M.Ag.  
NIP. 196804101995032002

Penguji IV,

Dr. Ali Mustofa, S.Ag, M.Pd.  
NIP. 197612252005011008



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : PUTRI PRAHARANI  
NIM : D73214051  
Fakultas/Jurusan: TARBIYAH DAN KEGURUAN/ PENDIDIKAN ISLAM  
E-mail address : putripraharani@yahoo.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi       Tesis       Desertasi       Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DI MADRASAH IBTIDAIYAH  
MUSLIMAT NAHDLATUL ULAMA PUCANG SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Juli 2021

Peneliti

PUTRI PRAHARANI

















































































































































dalam mensukseskan komunikasi pemasarannya. MINU Pucang mampu menumbuhkan minat wali murid dan siswanya sehingga tertarik untuk mencari informasi lebih banyak lagi melalui periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung yang dipadukan dan dikelola dengan baik oleh MINU Pucang dalam bentuk *integrated marketing communication* (IMC). Informasi yang diterima ternyata mampu menumbuhkan keinginan yang kuat dalam diri wali murid dan siswa. Terbentuknya keinginan dalam diri wali murid dan siswa ini merupakan titik tolak dalam membuat sebuah keputusan untuk melakukan tindakan pengambilan keputusan memilih MINU Pucang Sidoarjo sebagai tempatnya melanjutkan studi.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai *integrated marketing communication* dan pengambilan keputusan konsumen, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa *integrated marketing communication* memiliki peran positif dan sedang dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dari konsumen.









- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Sekretariat Jenderal, *Statistik Sekolah Dasar (SD) 2015/2016*, Jakarta: Pusat Data Statistik Pendidikan dan Kebudayaan, 2016.
- Kotler, Philip. *Marketing Insight From A to Z: 80 Konsep yang harus Dipahami Oleh Setiap Manajer* Jakarta: Erlangga, 2003.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Margaretha, Sherly., Widayatmoko, M. Adi Pribadi, Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun *Brand Association (Jurnal Komunikasi*, Vol. 1 No. 5, Juli 2012.
- Mihart, Camelia. Impact of Integrated Marketing Communication on Consumer Behavior: Effect on Consumer Decision-Making Process (*International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4 No.2, April 2012.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi kelima Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi kelima Jilid II*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Silalahi, Uber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Simamora, B, *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2014.

- Suprihati dan W.B Utami, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo, *Jurnal Paradigma* Vol.13 No.1, 2015.
- Suyanto, Kebijakan Sarana Prasarana Untuk Sekolah Swasta. (<http://www.dikdas.kemdikbud.go.id/application/media/file/KEBIJAKAN%20SARANA%20PRASARANA%20UNTUK%20SEKOLAH%20SWASTA.pdf>)
- Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian*, Sleman: Deepublish, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2006.
- Toga, Nancy M. N., Sepang, Jantje L. Dan Wenas, Rudy S. Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penerbit Andi Cabang Manado (*Jurnal Emba* Vol. 2 No. 4, 2014).
- Windusara, Dewa Bagus Nugraha dan Kusuma, A.A. Gd Agung Artha, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4 No. 12, 2015.