

**HUBUNGAN PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
BARISTA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM JIWANI COFFEE PADANG**

SKRIPSI

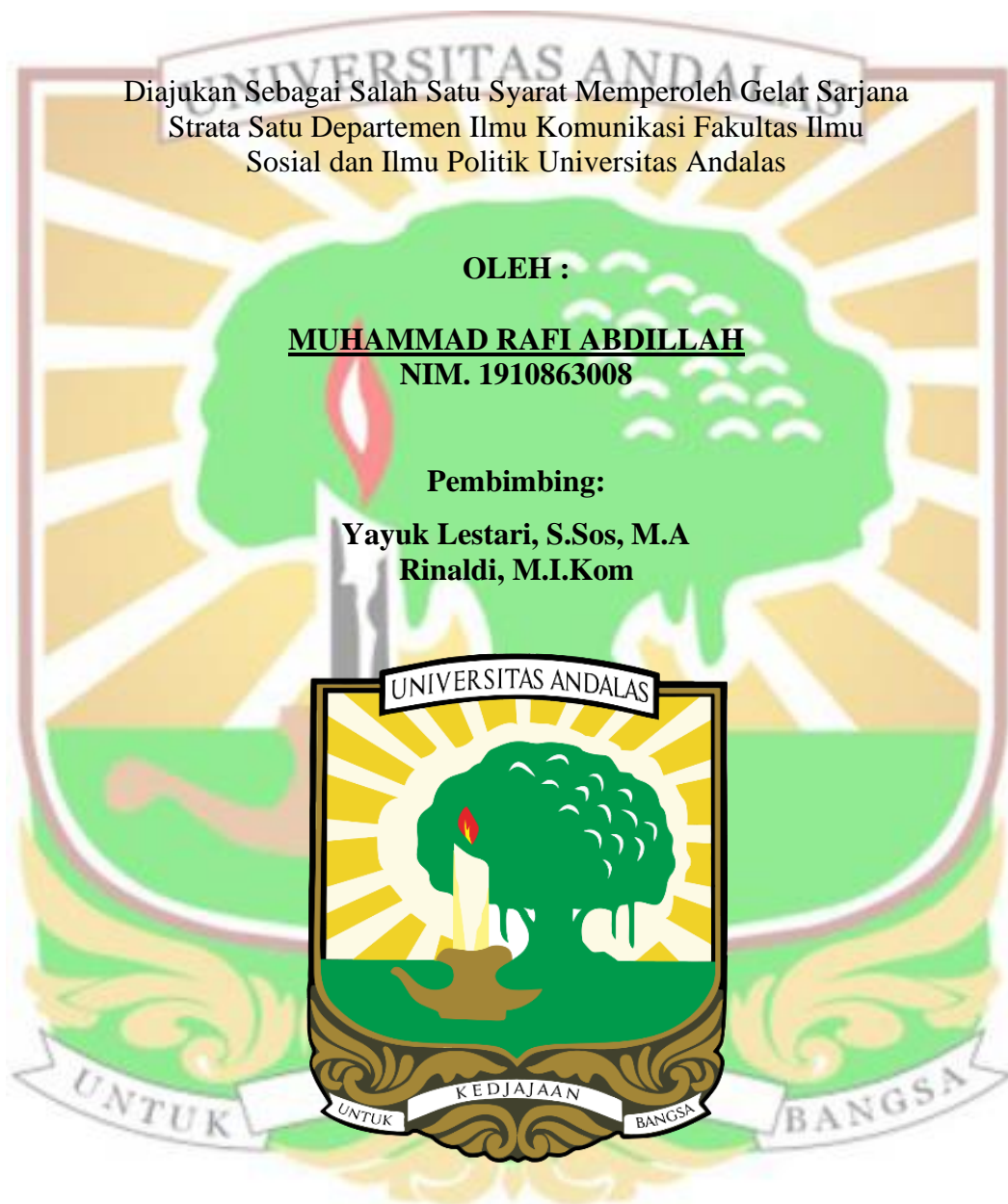
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

OLEH :

MUHAMMAD RAFI ABDILLAH
NIM. 1910863008

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A
Rinaldi, M.I.Kom



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

**HUBUNGAN PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL
BARISTA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM JIWANI COFFEE PADANG**

SKRIPSI

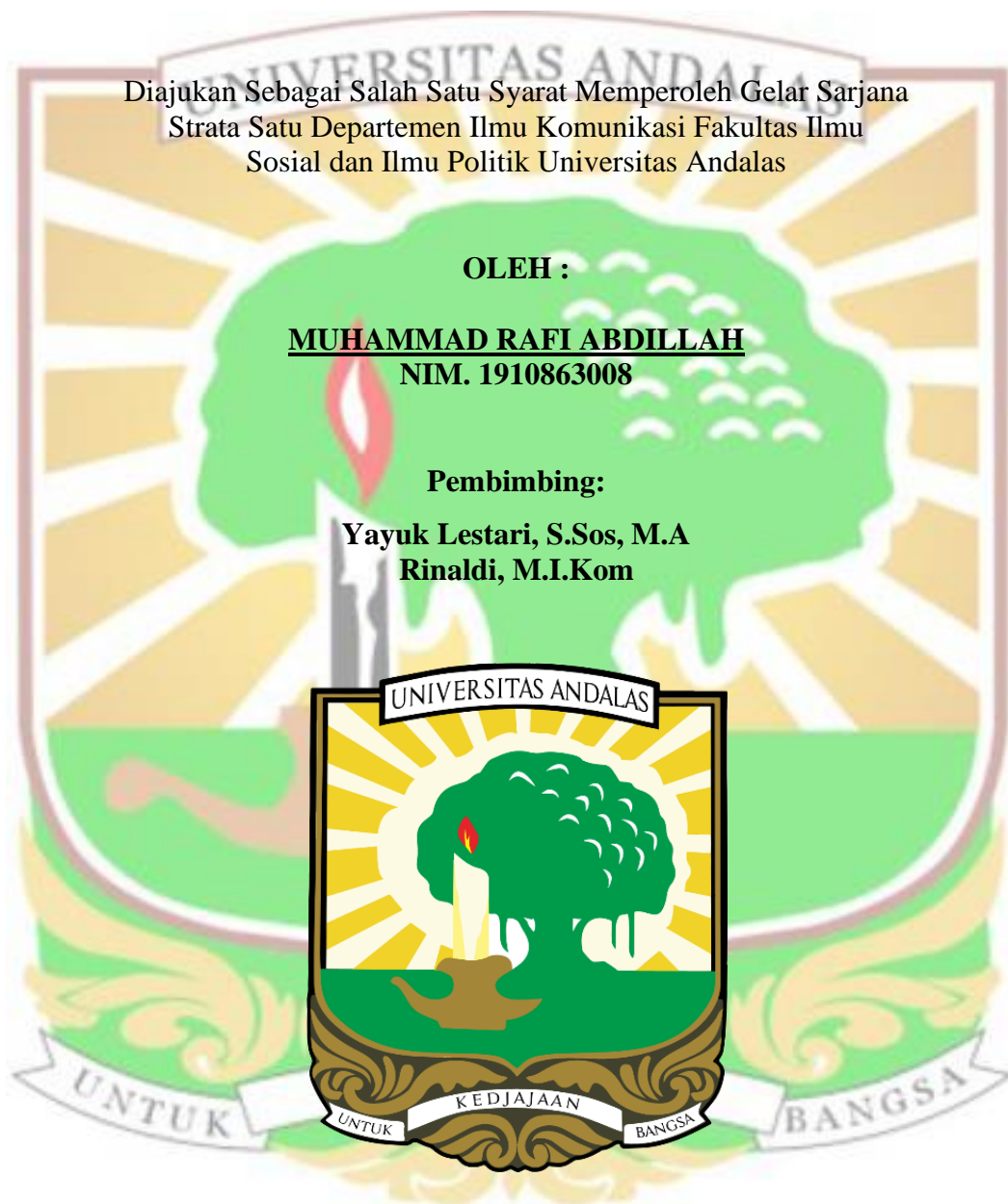
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

OLEH :

MUHAMMAD RAFI ABDILLAH
NIM. 1910863008

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A
Rinaldi, M.I.Kom



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

HUBUNGAN PERILAKU KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM JIWANI *COFFEE* PADANG

Oleh:

Muhammad Rafi Abdillah
1910863008

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A
Rinaldi, M.I.Kom

Perilaku komunikasi interpersonal yang baik sangat dibutuhkan pada beberapa bidang pekerjaan, termasuk bidang usaha atau bisnis *food and beverage* (coffee shop) guna menciptakan pelanggan yang loyal. Data *International Coffee Organization* pada tahun 2020/2021 menunjukkan Indonesia sebagai negara ke lima pengonsumsi kopi terbesar didunia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara perilaku komunikasi interpersonal barista terhadap loyalitas pelanggan Jiwani *Coffee* Padang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stimulus respons*, dengan paradigma positivistik. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode survey. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner skala likert. Populasi penelitian ini adalah *followers* pada akun instagram Jiwani *Coffee* Padang, dengan Teknik pengambilan *simple random sampling* didapatkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 orang. Analisis data menggunakan gambaran distribusi frekuensi, dan uji *Spearman Rho* dengan tingkat kepercayaan 95 %. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh barista Jiwani *Coffee* tergolong pada kategori baik (99%) dan Jiwani *Coffee* juga memiliki pelanggan yang tergolong pada kategori loyal (97.9%), serta hubungan yang bermakna antara perilaku komunikasi interpersonal barista terhadap loyalitas pelanggan Jiwani *Coffee* Padang ($P < 0.05$) dengan tingkat korelasi hubungan kuat dan bernilai positif (0.692). berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik perilaku komunikasi interpersonal yang dilakukan barista maka semakin tinggi loyalitas pelanggannya.

Kata kunci: Barista, Coffee Shop, Loyalitas Pelanggan, Perilaku Komunikasi Interpersonal

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF BARISTA INTERPERSONAL COMMUNICATION BEHAVIOR TO CUSTOMER LOYALTY FOLLOWERS INSTAGRAM JIWANI COFFEE PADANG.

By:

**Muhammad Rafi Abdillah
1910863008**

Advisor:

**Yayuk Lestari, S.Sos, M.A
Rinaldi, M.I. Kom**

Good interpersonal communication behavior is needed in several fields of work, including the field of business or business food and beverage (coffee shop). Data International Coffee Organization in 2020/2021 shows Indonesia as the fifth largest coffee consuming country in the world. This study aims to look at the relationship between interpersonal communication behavior of baristas on Jiwani's customer loyalty Coffee Padang. The theory used in this study stimulus respons, with a positivistic paradigm. This research is an associative research with survey method. Research data were collected using a Likert scale questionnaire. The population of this study were followers on the Jiwani Coffee Padang Instagram account. Using the simple random sampling technique, the number of samples in this study was 96 people. Data analysis using description of the frequency distribution, and test Spearman Rho with a confidence level of 95%. The results of this study indicate that the interpersonal communication behavior carried out by Jiwani Coffee baristas is classified as good (99%) and Jiwani Coffee also has customers who are classified as loyal (97.9%), and there is a significant relationship between interpersonal communication behavior of baristas on customer loyalty at Jiwani Coffee Padang ($P < 0.05$) with a strong correlation level and positive value (0.692). Based on this, it can be concluded that the better the interpersonal communication behavior of the barista, the higher the customer loyalty.

Keywords: *Barista, Coffee Shop, Customer Behavior, Interpersonal Communication Behavior*