

**PERILAKU KOMUNIKASI BARISTA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
SUKOKOPI PADANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

Widya Ningrum

1410861017

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, M.Si

Misnar Sitriwanti, M.Si



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2020

ABSTRAK

Perilaku Komunikasi Barista Dengan Loyalitas Pelanggan Di Sukokopi Padang

Oleh:
Widya Ningrum
1410861017

Pembimbing:
Dr. Ernita Arif, M.Si.
Misnar Sitriwanti S.AP. M.Si.

Melihat banyaknya pencinta dan penikmat kopi dari berbagai golongan, hal ini menjadikan peluang bisnis yang sangat bagus khususnya di bidang kopi. Pasalnya dengan adanya tren baru ini, membuat para investor untuk berlomba-lomba membuka kedai kopi yang unik dan menarik sehingga dapat menarik pelanggannya. Sukokopi Padang merupakan salah satu kedai kopi di Padang yang berdiri sejak pertengahan bulan September tahun 2017. Sukokopi Padang memiliki cara yang menarik agar pelanggan tersebut mau mengunjungi Sukokopi Padang kembali. Diantaranya adalah memberikan pelayanan terbaik yang dilakukan oleh Barista di Sukokopi Padang. Maka dari itu untuk menunjang pelayanan yang terbaik, diperlukan pelatihan Barista. Seorang Barista diwajibkan membangun *image* yang baik serta menarik dalam melakukan pelayanan yang terbaik agar memberikan kesan atau *image* yang baik dihati pelanggannya. Jika Barista memiliki kepribadian yang baik dan menarik, biasanya orang sulit. Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah (a) untuk mengetahui perilaku komunikasi barista di Sukokopi Padang, (b) untuk mengetahui loyalitas pelanggan di Sukokopi Padang, dan (c) untuk mengetahui hubungan perilaku komunikasi melalui sub variabel komunikasi verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh barista terhadap loyalitas pelanggan di Sukokopi Padang. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Teori yang digunakan didalam penelitian ini adalah Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon). Konsep loyalitas pelanggan didalam penelitian ini menggunakan konsep loyalitas dari Jill Griffin. Populasi pada penelitian ini sebanyak 169 responden dengan jumlah sampel 119 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *sample aksidental*. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Analisis hipotesis datanya menggunakan uji korelasi *spearman rank*. Hasil penelitian ini diketahui bahwa besar hubungan perilaku komunikasi barista terhadap loyalitas pelanggan yaitu 79%. Artinya hubungan antara perilaku komunikasi yang dilakukan oleh barista terhadap loyalitas pelanggan merupakan hubungan yang sangat kuat. Besarnya signifikansi korelasi *Rank Spearman* adalah 0,885, ini artinya terdapat hubungan yang signifikan dari perilaku komunikasi barista terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Perilaku Komunikasi Barista, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Communication Behavior of Barista with Loyalty Customer Level in Sukokopi Padang

By:
Widya Ningrum
1410861017

Supervisors :
Dr. Ernita Arif M.Si
Misnar Sitriwanti S.AP. M.Si.

Seeing the number of coffee lovers and connoisseurs from various groups, this makes a very good business opportunity, especially in the coffee sector. Because with this new trend, investors are competing to open unique and interesting coffee shops so they can attract customers. Sukokopi Padang is one of the coffee shops in Padang that was established in the middle of September 2017. Sukokopi Padang has an interesting way so that these customers want to visit Sukokopi Padang again. Among them is providing the best service performed by Barista in Sukopy Padang. Therefore to support the best service, Barista training is needed. A Barista is required to build a good and attractive image in doing the best service rather to give an impression or a good image in the hearts of its customers. If Barista has a good and attractive personality, usually people are difficult. The objectives of this research are (a) to find out the communication behavior of baristas in Sukopy Padang, (b) to determine customer loyalty in Sukopy Padang, and (c) to find out the relationship between communication behaviors through verbal and nonverbal communication sub-variables carried out by baristas customer loyalty in Sukopy Padang. The method used in this study is a quantitative method with a survey approach. The theory used in this study is the S-O-R Theory (Stimulus, Organism, Response). The concept of customer loyalty in this study uses the concept of loyalty from Jill Griffin. The population in this study were 169 respondents with a sample of 119 respondents. The sampling technique uses accidental sample technique. The data collection technique uses a questionnaire. Hypothesis analysis of the data uses the Spearman rank correlation test. The results of this study note that the magnitude of the relationship between barista communication behavior and customer loyalty is 79%. This means that the relationship between communication behaviors carried out by baristas to customer loyalty is a very strong relationship. The significance of the Spearman Rank correlation is 0.885, this means that there is a significant relationship of barista communication behavior with customer loyalty.

Keywords: Barista Communication Behavior, Customer Loyalty.