

ABSTRAK

Industri *coffee shop* di Kota Bandung berkembang pesat seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kedai kopi tidak hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, diskusi, dan aktivitas kerja. Hal ini mendorong pengelola *coffee shop* untuk berfokus tidak hanya pada kualitas produk, tetapi juga pada pelayanan yang menekankan komunikasi interpersonal. Barista memiliki peran ganda sebagai peracik kopi sekaligus komunikator utama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan komunikasi interpersonal barista Kopi Florist Tegalega Bandung dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sedangkan data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi aktivitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa barista menerapkan prinsip komunikasi interpersonal berupa keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Penerapan tersebut tidak hanya membangun kedekatan emosional, tetapi juga meningkatkan kepuasan yang bertransformasi menjadi loyalitas pelanggan. Hambatan yang muncul, seperti beban kerja ganda barista serta suasana pasar yang ramai, diatasi melalui strategi adaptasi komunikasi verbal maupun nonverbal. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dan konsisten merupakan strategi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada industri *coffee shop* lokal di tengah persaingan ketat.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, loyalitas pelanggan, barista, *coffee shop*, Kopi Florist

ABSTRACT

The coffee shop industry in Bandung has grown rapidly along with lifestyle changes that position coffee shops not only as places to enjoy beverages but also as spaces for social interaction, discussion, and work activities. This development encourages coffee shop managers to focus not only on product quality but also on service strategies that emphasize interpersonal communication. Baristas play a dual role as both coffee makers and primary communicators directly engaging with customers. This study aims to analyze the application of interpersonal communication by baristas at Kopi Florist Tegalega Bandung in maintaining customer loyalty.

This research employed a qualitative method with a descriptive approach, and data were obtained through observation, in-depth interviews, and documentation of service activities. The findings show that baristas apply interpersonal communication principles such as openness, empathy, supportiveness, positivity, and equality. These practices not only create emotional closeness but also enhance satisfaction that transforms into customer loyalty. Challenges, such as baristas' dual workload and the crowded market environment, were addressed through adaptive verbal and nonverbal communication strategies. Therefore, this study highlights that effective and consistent interpersonal communication is a key strategy in sustaining customer loyalty in local coffee shop industries facing intense competition.

Keywords: *interpersonal communication, customer loyalty, barista, coffee shop, Kopi Florist.*