

**ANALISIS KOMUNKASI INTERPERSONAL  
BARISTA KEPADA KONSUMEN DALAM MEMBANGUN  
*BRAND LOYALTY* KEDAI NAY KOPI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh:**

**Moch Rizky Agung Syaputra**

**1151800031**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA**

**2023**



**ANALISIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA  
KEPADA KONSUMEN DALAM MEMBANGUN *BRAND*  
*LOYALTY* KEDAI NAY KOPI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh:**

**Moch Rizky Agung Syaputra**

**1151800031**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : Moch Rizky Agung Syaputra  
**NBI** : 1151800031  
**Judul** : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada  
Konsumen Dalam Membangun *Brand Loyalty* Kedai  
Nay Kopi Surabaya

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik**

**Surabaya, 03 Juli 2023**

**Disetujui Oleh Dosen Pembimbing**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
**NPP 20120870103**



**Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.**  
**Sos., M. Med. Kom**  
**NPP 20150180777**

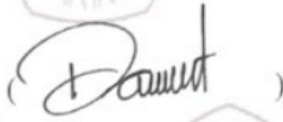


**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 03 Juli 2023

Dewan Penguji

1. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos.,  
M. Med. Kom  
Ketua
2. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom  
Anggota
3. Maulana Arief, S.Sos., M. I. Kom  
Anggota



Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr.Dra. Ayun Maduwinarti, M.P  
NPP 20120870103

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moch Rizky Agung Syaputra  
NBI : 1151800031  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada Konsumen Dalam Membangun *Brand Loyalty* Kedai Nay Kopi Surabaya

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 03 Juli 2023  
Yang Membuat Pernyataan



**Moch Rizky Agung Syaputra**  
**NBI. 1151800031**



UNIVERSITAS  
**17 AGUSTUS 1945**  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45  
SURABAYATLP. 031 593 1800  
(EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-  
SBY.AC.ID.

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moch Rizky Agung Syaputra  
NBI : 1151800031  
Fakutas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

**“Analisis Komunikasi Interpersonal Barista Kepada Konsumen Dalam Membangun *Brand Loyalty* Kedai Nay Kopi Surabaya”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (**Nonexclusive Royalty-Free Right**), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 03 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Moch Rizky Agung Syaputra  
**NBI. 1151800031**

## ABSTRACT

*Barista have a very important role in a coffee shop where they must be able to provide the best service to their customers, especially in conducting communication, especially interpersonal communication and being able to create brand loyalty for their company. This study aims to determine the interpersonal communication of baristas to their customers in building brand loyalty at Nay Kopi shops based on Mead's three Symbolic Interaction concepts and levels of brand loyalty. This research uses a type of descriptive qualitative research which aims to obtain correct and objective data. The technique used in collecting data is from the results of interviews, observation, and documentation. The object of this research is Nay Kopi Surabaya.*

*The result of this study is to understand a certain meaning when interacting with the interlocutor. Interaction that develops through the symbols that society creates. These symbols include body movements, including sounds, physical movements, body expressions or body language that are done consciously. As well as another result is to find out the levels of brand loyalty obtained through various Nay Kopi consumers. From these two results a brand loyalty will be created where initially consumers are aware of the Nay Kopi brand and eventually start using Nay Kopi products and make customers loyal to a brand.*

**Keywords :** *Interpersonal Communication, Barista, Customer, Brand Loyalty*



## ABSTRAK

Barista memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah kedai kopi yang dimana mereka harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya terutama dalam melakukan komunikasi khususnya komunikasi interpersonal dan mampu menciptakan loyalitas brand perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal barista kepada konsumennya dalam membangun *brand loyalty* di kedai Nay Kopi berdasarkan tiga konsep Interaksi Simbolik milik Mead dan tingkatan-tingkatan pada *brand loyalty*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan data yang benar dan objektif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah Kedai Nay Kopi Surabaya.

Hasil dari penelitian ini adalah memahami sebuah makna tertentu ketika melakukan interaksi dengan lawan bicaranya. Interaksi yang berkembang melalui simbol-simbol yang masyarakat ciptakan. Simbol-simbol ini meliputi gerakan tubuh antara lain, suara, gerakan fisik, ekspresi tubuh atau bahasa tubuh yang dilakukan dengan sadar. Serta hasil yang lain adalah untuk mengetahui tingkatan-tingkatan *brand loyalty* yang didapatkan melalui berbagai konsumen Nay Kopi. Dari kedua hasil tersebut nantinya akan tercipta sebuah *brand loyalty* dimana yang awalnya konsumen sadar adanya merek Nay Kopi akhirnya mulai menggunakan produk-produk Nay Kopi dan menjadikan pelanggan yang loyal terhadap suatu merek.

**Kata Kunci :** Komunikasi Interpersonal, Barista, Konsumen, *Brand Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Komunikasi Interpersonal Barista kepada Konsumen dalam Membangun *Brand Loyalty* Kedai Nay Kopi Surabaya**” yang disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Strata-1 Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Ucapan terima kasih yang tulus, penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta Ibunda Titin Meinawati dan Ayahanda Moch Sjafi'i atas doa dan segenap kasih sayang yang tak terbatas serta segala bentuk dukungan moril dan materil yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di tingkat perguruan tinggi. Dan juga tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kakakku satu-satunya Rizkya Dewi Safitri yang telah memberikan dukungan juga untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar S1 Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Namun skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai. Pasti dalam penyusunan skripsi ini tidak akan lepas dari dukungan dan bantuan Dosen Pembimbing dan pihak-pihak yang terkait lainnya, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak **Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CPAI** selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak **Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu **Dr. Rachmawati Novaria, MM** selaku Wali Dosen.
5. Bapak **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom** selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan semangat, nasehat dan selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Bapak **Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA** selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan baik hati meluangkan waktunya untuk memberikan

bimbingan, memberikan saran dan masukan serta semangat dan nasehat saat mengerjakan skripsi.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Bapak Nasruling Alfa Mahfurizzi dan beberapa partnernya selaku pemilik kedai Nay Coffee & Space (Nay Kopi) yang telah memberikan kesempatan dan memberikan izin untuk melakukan penelitian serta meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data.
9. Mas Genjawara, Muhammad Razieb, Marshal Cygan, dan Zaki Hanif selaku Barista Nay Coffee & Space (Nay Kopi) yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk menjadi informan penulis dalam pengumpulan data penelitian.
10. Teruntuk keluarga-keluarga penulis yang ikut andil mendukung dan memberikan semangat serta memberikan doa kepada penulis agar mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar S1 Ilmu Komunikasi.
11. Temanku Dian Arinda dan Renal Pamungkas yang telah membantu dan mengizinkan peminjaman laptop selama melakukan penyusunan skripsi.
12. Teruntuk sahabat-sahabatku Kembrek yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis saat mengerjakan skripsi. Serta teman-temanku, Retno, Yasmin, Ratih, Hapsah, Bagas, Wahyu, Ipan dll yang sudah membantu dan memberikan semangat selama mengerjakan skripsi.

Akhir kata, penulis tetap mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak-pihak yang sudah disebutkan diatas. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi tambahan informasi pada bidang Ilmu Komunikasi.

Surabaya, 03 Juli 2023  
Yang Membuat Pernyataan

Moch Rizky Agung Syaputra

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7



2.1	Penelitian Terdahulu .....	7
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2	Landasan Teori.....	11
2.2.1	Teori Interaksi Simbolik.....	11
2.3	Kerangka Konsep.....	13
2.3.1	Komunikasi Interpersonal.....	13
2.3.2	Barista.....	18
2.3.3	Konsumen.....	20
2.3.4	Pelayanan.....	22
2.3.5	<i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek) .....	24
2.4	Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Pendekatan Penelitian .....	29
3.2	Jenis Penelitian.....	29
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....	30
3.3.1	Subjek Penelitian .....	30
3.3.2	Objek Penelitian .....	30
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4.1	Jenis Data.....	30

3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6	Teknik Analisis Data .....	33
3.7	Uji Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Deskripsi Subyek/Obyek.....	35
4.1.1	Profil Nay Coffee And Space.....	35
4.1.2	Struktur Tim Barista Nay Coffee And Space.....	37
4.1.3	Identitas dan Lokasi Nay Coffee And Space .....	37
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Interaksi Simbolik .....	39
4.2.2	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	44
4.2.3	Hambatan yang Terjadi .....	47
4.3	Pembahasan .....	48
4.3.1	Penggunaan Komunikasi Interpersonal Verbal dan Non Verbal Antara Barista dan Konsumen .....	48
4.3.2	Penghafalan Nama dan Menu Konsumen .....	51
4.3.3	Perbedaan Bahasa Menjadi Penghambat dalam Melakukan Komunikasi Interpersonal Barista kepada Konsumen .....	52
4.3.4	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	53
BAB V PENUTUP.....		57

5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	58
	DAFTAR PUSTAKA.....	59
	LAMPIRAN .....	63

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 3. 1 Informan Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 2 Kriteria Informan .....</b>	<b>32</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Piramida Tingkatan Brand Loyalty</b> .....	26
<b>Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir</b> .....	28
<b>Gambar 4. 1 Logo Nay Coffee And Space</b> .....	35
<b>Gambar 4. 2 Struktur Tim Barista Nay</b> .....	37
<b>Gambar 4. 3 Lokasi Nay Coffee &amp; Space</b> .....	38
<b>Gambar 4. 4 Sambutan Kepada Konsumen</b> .....	41
<b>Gambar 4. 5 Penjelasan Menu</b> .....	42
<b>Gambar 4. 6 Hospitality</b> .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....</b>	<b>63</b>
<b>Lampiran 2 Dokumentasi .....</b>	<b>64</b>
<b>Lampiran 3 Data Produk Terjual .....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1.....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2.....</b>	<b>69</b>
<b>Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3.....</b>	<b>70</b>
<b>Lampiran 7 Kartu Bimbingan .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 8 Bukti Turnitin.....</b>	<b>73</b>