



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA
MAXX COFFEE CABANG CIDENG DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

**Fariz Rahmantio Aditya
(213516516452)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2025**



NATIONAL UNIVERSITY

**INTERPERSONAL COMMUNICATION STRATEGY OF
BARISTA MAXX COFFEE CIDENG BRANCH IN
MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY**

THESIS

*Submitted as one of the requirements for obtaining a degree
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom.)*

**Fariz Rahmanto Aditya
(213516516452)**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Fariz Rahmantio Aditya
NPM : 213516516186

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Barista Maxx Coffee Cabang Cideng
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan penerapan asli saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Fariz Rahmantio Aditya.



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fariz Rahmantio Aditya
NPM : 213516516186
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Interpersonal Barista Maxx
Coffee Cabang Cideng Dalam Mempertahankan
Loyalitas Pelanggan
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 31 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djujur Luciana R., S.Sos., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fariz Rahmantio Aditya

NPM : 213516516184

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Konsentrasi : Public Relation

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL
BARISTA MAXX COFFEE CABANG CIDENG
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 30 September 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Fariz Rahmantio Aditya

NPM : 213516516204

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA
MAXX COFFEE CABANG CIDENG DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Drs. Rusman Burhanudin Ghazali, S.H., M.Si., Ph.D. (.....)

Penguji 1 : Nursatyo, S.Sos.M.Si. (.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. (.....)

Ditetapkan di : UNIVERSITAS NASIONAL

Tanggal : 30 September 2025

HALAMAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN

PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fariz Rahmantio Aditya
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516184
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA
MAXX COFFEE CABANG CIDENG DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 21 Agustus 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2

: Prof. Drs. Rusman Burhanudin
Ghazali, S.H., M.Si., Ph.D

Penguji 1

: Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Pembimbing

: Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos.,
M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala limpahan Rahmat, hidayah, inayah, dan nikmat karunianya karena penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Interpersonal Barista Maxx Coffee Cabang Cideng Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpa bantuan serta dukungan dari semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan penulisan skripsi ini.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu, Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu yang beliau berikan, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Selanjutnya ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak di bawah ini :

1. Dr El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Warek Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik dan Akademik Universitas Nasional.
4. Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan II Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Universitas Nasional.
5. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

6. Nursatyo S.Sos., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
7. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. Selaku dosen pembimbing pada penulisan skripsi ini. Beliau sangatlah berarti dalam penelitian yang sudah Penulis lakukan ini, karena ilmu, motivasi, dan juga semangat yang beliau berikan kepada Penulis membuat penulisan skripsi ini sampai tahap ini. Tanpa adanya beliau dalam membimbing dan memberikan ilmu dan motivasi, mungkin penulisan skripsi ini akan terbengkalai begitu saja.
8. Kepada seluruh dosen pengajar dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada Penulis selama menjalankan pembelajaran di Universitas Nasional.
9. Kepada Kedua orang tua Penulis, yang sudah memberikan dukung moril dan materil kepada Penulis selama ini. Penulisan skripsi ini tentunya merupakan persembahan yang Penulis berikan kepada kedua orang tua Penulis atas jerih payahnya membesarkan dan memberikan Pendidikan yang layak kepada Penulis selama ini.
10. Kepada seluruh anggota Himakom Periode 22/23, yang telah memberikan warna dan pembelajaran yang begitu berarti kepada Penulis selama menjalankan Pendidikan di Universitas Nasional
11. Kepada teman-teman Penulis Ilmu Komunikasi Angkatan 21, khususnya manusia yang berada di taman tengah, karena telah memberikan keceriaan dan tawa selama melaksanakan perkuliahan dan memberikan motivasi kepada Penulis untuk terus melanjutkan penulisan skripsi ini.
12. Kepada Maxx Coffee Cideng yang telah bersedia menjadi tempat untuk diteliti penulis dan sehingga penelitian dapat berjalan sesuai dengan metodologi penelitian yang ada. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini penulis mengharapkan adanya masukan,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi interpersonal yang digunakan barista di Maxx Coffee Cabang Cideng dalam menjaga loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Landasan teoretis yang digunakan adalah teori pertukaran sosial, yang berfokus pada keseimbangan antara biaya dan imbalan dalam interaksi sosial. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa barista di Maxx Coffee Cideng menerapkan komunikasi interpersonal melalui dua aspek utama, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal terlihat dalam sapaan ramah, penyampaian informasi yang jelas, serta respons yang tanggap terhadap pertanyaan pelanggan. Sementara itu, komunikasi nonverbal tercermin melalui senyuman, kontak mata, dan gestur tubuh yang ramah, yang bersama-sama menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan teori pertukaran sosial tampak dalam cara barista memberikan layanan dengan penuh perhatian (biaya) untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan (imbalan). Faktor-faktor seperti keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan menjadi unsur penting dalam membangun hubungan yang erat antara barista dan pelanggan. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal barista serta mengadakan program pelatihan untuk memperbaiki kualitas layanan. Dengan langkah ini, Maxx Coffee dapat terus menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Interpersonal, Barista, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to understand the interpersonal communication strategies used by baristas at Maxx Coffee Cideng Branch in maintaining customer loyalty. This study uses a qualitative method with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The theoretical basis used is the social exchange theory, which focuses on the balance between costs and imbalances in social interactions. The results of the study revealed that baristas at Maxx Coffee Cideng apply interpersonal communication through two main aspects, namely verbal and nonverbal communication. Verbal communication is seen in friendly greetings, conveying clear information, and responsive responses to customer questions. Meanwhile, nonverbal communication is manifested through smiles, eye contact, and friendly body gestures, which together create a comfortable atmosphere for customers. This study also shows that the application of social exchange theory is seen in the way baristas provide attentive service (costs) to obtain customer satisfaction and loyalty (rewards). Factors such as openness, empathy, support, positive attitudes, and equality are important elements in building close relationships between baristas and customers. The implications of this study emphasize the importance of improving barista interpersonal communication skills and conducting training programs to improve service quality. With this step, Maxx Coffee can continue to maintain customer satisfaction and loyalty amidst the increasingly tight competition in the coffee shop business.

Keywords: Strategy, Interpersonal Communication, Barista, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Terdahulu.....	13
2.2 Research Gap.....	20
2.3 Kebaruan Penelitian.....	22
2.4 Kajian Teoritis	23
2.4.1 Strategi.....	23
2.4.2 Komunikasi	23
2.4.3 Model Komunikasi	24
2.4.4 Jenis Komunikasi	25
2.4.5 Komunikasi Interpersonal	26
2.4.6 Barista.....	28
2.4.7 Mempertahankan	30
2.4.8 Loyalitas	31
2.4.9 Pelanggan	32

DAFTAR ISI	
2.5 Teori Pertukaran Sosial	34
2.6 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODELOGI PENELITIAN	38



3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Pendekatan Penelitian.....	38
3.3 Metode Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Observasi	40
3.4.2 Wawancara Mendalam	41
3.4.3 Dokumentasi.....	42
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	42
3.5.1 Key Informan	43
3.5.2 Informan Pendukung	43
3.6 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	44
3.6.1 Triangulasi Sumber	45
3.6.2 Triangulasi Tehnik	45
3.7 Tehnik Pengolahan dan Analisis Data.....	46
3.7.1 Reduksi Data	46
3.7.2 Penyajian Data.....	47
3.7.3 Penarikan Kesimpulan.....	47
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	48
3.8.1 Lokasi Penelitian	48
3.8.2 Jadwal Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Aplikasi Maxx Coffee	52
4.1.2 Instagram Maxx Coffee.....	53
4.1.3 Logo Maxx Coffee	54
4.1.4 Visi Misi Maxx Coffee.....	55
4.2 Profile Informan	55
4.3 Proses Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Pelanggan Dalam Menjalin Hubungan	56
4.3.1 Strategi Komunikasi Interpersonal Barista Untuk Memuaskan Pelanggan	58
4.4 Aspek Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Pelanggan Dalam Mempertahankan Loyalitas	60
4.4.1 Keterbukaan.....	60
4.4.2 Empati	61

4.4.3 Sikap Mendukung.....	62
4.4.4 Sikap Positif	63
4.4.5. Kesetaraan	64
4.5 Pola Komunikasi Interpersonal Anantara Barista dan Pelanggan	65
4.5.1 Komunikasi Verbal	65
4.5.2 Komunikasi Nonverbal.....	66
4.6 Implementasi Teori Pertukaran Sosial.....	67
4.7 Persepsi Pelanggan Terhadap Barista Maxx Coffee Cideng	68
4.8 Pembahasan	74
4.8.1 Proses Komunikasi Interpersonal dan Strategi Barista Dalam Memepertahankan Loyalitas Pelanggan di Maxx Coffee Cideng.....	74
4.8.2 Komunikasi Yang Digunakan Barista Kepada Pelanggan	78
4.8.3 Pandangan Pelanggan Terhadap Barista	80
4.8.4 Penerapan Teori Pertukaran Sosial Dalam Komunikasi Interpersonal Barista Dengan Pelanggan.....	81
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Profil Informan.....	44
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Produsen Kopi Terbesar di Dunia	3
Gambar 1. 2 Diagram Ekspor Kopi Indonesia	3
Gambar 1. 3 Store Maxx Coffee Yang Tersebar di Indonesia	5
Gambar 4. 1 Maxx Coffee Cideng Jakarta Pusat.....	52
Gambar 4. 2 Aplikasi Maxx Coffee	53
Gambar 4. 3 Instagram Maxx Coffee	54
Gambar 4. 4 Logo PT. Maxx Coffee Prima	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penugasan Pembimbing Skripsi.....	106
Lampiran 2. Hasil Cek Turnitin	107
Lampiran 3. Persetujuan SKPI.....	108
Lampiran 4. Laporan Bimbingan	109
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	110

