

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari pengolahan hasil data penelitian, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa:

1. Komunikasi interpersonal memiliki peranan penting terhadap *Omalia Coffee*. Dapat dilihat dari hasil penelitian, barista dapat membangun hubungan kedekatan kepada pelanggan dengan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal yang dilakukan ternyata mampu membuat pelanggan menjadi nyaman dan ingin kembali datang ke *Omalia Coffee*. Maka dapat dikatakan loyalitas pada pelanggan mampu ditingkatkan melalui komunikasi interpersonal.
2. Strategi komunikasi interpersonal yang disusun oleh barista berdasarkan dua belas kemampuan interpersonal, diantaranya sikap perhatian (*mindfulness*), sikap sensitivitas kultur (*cultural sensivity*), *other-orientation*, sikap keterbukaan (*openness*), *metacommunication*, kesegeraan (*immediacy*), sikap fleksibel (*flexibility*), sikap ekspresif (*expressiveness*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap kesetaraan (*equality*), dan *interaction management*. Di dalam setiap kemampuan interpersonal, barista menerapkannya guna membangun hubungan kedekatan dengan pelanggan. Barista menggunakan media pelayanan sebagai salah satu cara melakukan komunikasi interpersonal dengan para

pelanggan. Barista memberikan perhatian pelanggan, memberikan sifat terbuka kepada pelanggan, dan menunjukkan sikap kepedulian dengan pelanggan. Berbagi cerita melalui curhat dan bercanda tongkrongan, ternyata disukai oleh pelanggan *Omalia Coffee*. Barista juga mendengarkan keluh kesah serta cerita dari pelanggan, yang membuat pelanggan tersebut nyaman. Dari proses pertukaran informasi diri membuat adanya hubungan lebih antara barista dengan pelanggan.

3. Dari adanya hubungan kedekatan antara barista dengan pelanggan, maka terciptalah loyalitas pelanggan. Indikator yang digunakan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah pembelian kembali produk atau jasa, kebiasaan menggunakan produk atau jasa, selalu menyukai layanan produk atau jasa tersebut. Pelanggan *Omalia Coffee* terhitung memiliki tingkat loyalitas tinggi berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti. Pelanggan datang secara rutin dalam setiap bulannya. Pelanggan memilih *Omalia Coffee* bukan hanya dari sisi produk pelanggan merasa kenyamanan dalam pelayanan yang diberikan barista yang membuat pelanggan tersebut datang kembali secara rutin. Pelanggan juga sudah tertanam bahwa *Omalia Coffee* merupakan pilihan terbaik mereka berkat komunikasi interpersonal yang dilakukan barista. Pelanggan tertarik dan bertahan pada *Omalia Coffee* dikarenakan pelanggan bebas mengutarakan cerita dengan barista. Menurut pelanggan, barista dapat mengimbangi pelanggan dan membuat rasa kedekatan seperti teman dengan barista. Pelanggan pun memiliki inisiatif sendiri untuk merekomendasikan kepada

orang terdekat mereka, seperti teman kantor dan yang lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait. Berikut saran yang diberikan peneliti.

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan referensi penelitian selanjutnya yang mempunyai kesamaan dalam strategi komunikasi interpersonal. Penelitian ini masih jauh dari penelitian yang sempurna. Maka dari itu, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat melihat lebih jauh atau luas mengenai strategi komunikasi interpersonal apa yang dapat digunakan dalam membangun kedekatan dengan pelanggan dan meneliti bagaimana mempertahankan loyalitas pada pelanggan.

5.2.2 Saran Praktis

Adapun saran praktis dalam yang dimiliki oleh peneliti bagi *coffee shop* diluar sana terutama pada barista. Peneliti mengharapkan setiap *coffee shop* dapat menerapkan strategi komunikasi interpersonal untuk membangun hubungan kedekatan dengan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Komunikasi interpersonal dapat dimanfaatkan untuk mengenal karakter dan kebutuhan dari pelanggan, sehingga pelanggan memberikan *feedback* yang baik ketika merasa terpuaskan. Ketepatan pemilihan strategi komunikasi interpersonal juga memberikan dampak pada *coffee shop* tersebut dari sisi angka penjualan serta pelanggan menjadi tidak mudah berpaling kepada *coffee*

shop yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anwar, A. (2010). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico Bandung.
- Bungin, B. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches (4th Edition ed.)*. California: Sage Publishing.
- Devito, A. J. (2019). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Person Educational, Inc.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods 6th edition*. Singapore: SAGE Publications, Inc.

Jurnal

- Prabowo Sri Hayuningrat. (2010). *Media Literacy Khalayak*. Universitas Indonesia
- Gainau, M. B. (2008). *Keterbukaan diri (self disclosure) siswa dalam perspektif budaya dan implikasinya bagi konseling*. Jurnal ilmiah widya warta. Vol 33 No.1.

Sumber Internet

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> (pada tanggal 25 Desember 2022)

<https://pontianak.tribunnews.com/2022/07/21/kopi-gayo-si-emas-hitam-daritanah-gayo-aceh-tengah-rasa-dan-aromanya-menembus-dunia> (pada tanggal 25 Desember 2022)

<https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/aroma-segar-bisnis-kopiindonesia-dari-hulu-ke-hili> (pada tanggal 26 Desember 2022)



LAMPIRAN

Omalia Coffee (barista sedang berinteraksi dengan pengunjung)



PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

Key Informan (Strategi Komunikasi Interpersonal)

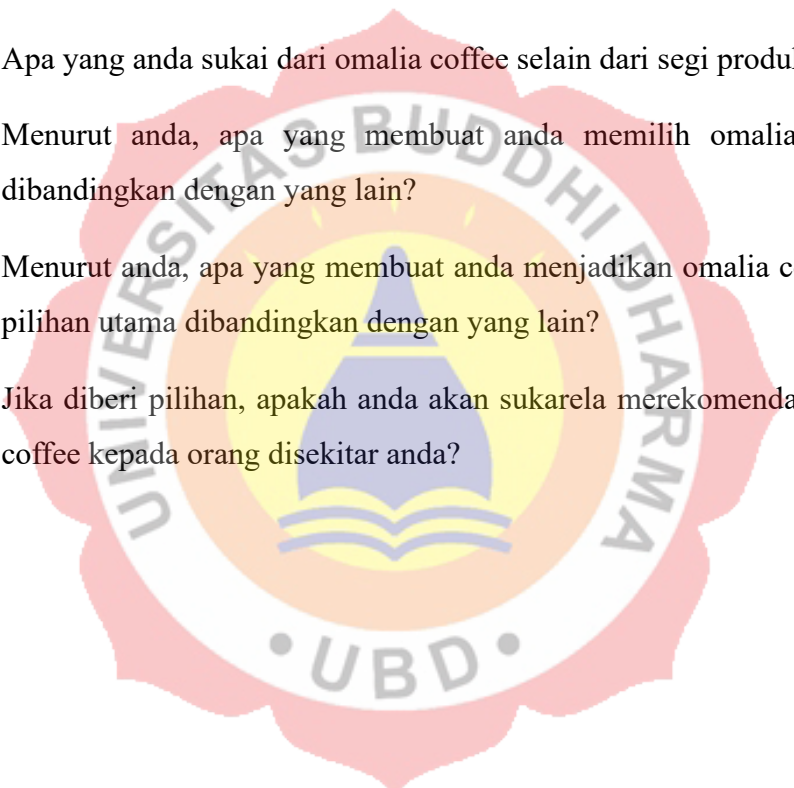
1. Apakah hubungan interpersonal penting bagi omalia coffee?
2. Bagaimana barista membuka pembicaraan kepada pelanggan anda? (**Sikap perhatian**)
3. Bagaimana barista menghadapi hambatan dalam memulai komunikasi? (**Sikap kesegeraan**)
4. Apakah barista memiliki kendala dalam berkomunikasi dengan pelanggan yang memiliki perbedaan budaya? (**Sensitivitas kultur**)
5. Bagaimana cara barista dalam melakukan pendekatan dengan para pelanggan? (**Other-orientation**)
6. Berapa lama bagi barista untuk melakukan pendekatan diri dengan pelanggan?
7. Bagaimana anda menghadapi hambatan yang terjadi saat komunikasi sudah terjalin? (**metacommunication**)
8. Menurut anda apa penyebab terjadinya kesalahpahaman ketika melakukan komunikasi interpersonal?
9. Menurut anda, bagaimana cara untuk bisa melakukan komunikasi interpersonal yang efektif? (**Sikap fleksibel**)
10. Dengan pendekatan yang telah dilakukan, apakah hubungan antara barista dan pelanggan memiliki dampak yang begitu penting dalam meningkatkan loyalitas?

11. Apa yang menjadi tujuan utama dari omalia coffee dalam melakukan komunikasi interpersonal?
12. Apakah menurut anda startegi komunikasi interpersonal itu penting dalam membangun loyalitas pelanggan?
13. Apakah anda selalu menerapkan startegi komunikasi setiap kali anda berkomunikasi?
14. Hal apa saja anda perhatikan Ketika melakukan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan loyalitas pelanggan? (**Sikap kesetaraan**)
15. Strategi seperti apa yang anda gunakan ketika berkomunikasi pada pelanggan untuk meningkatkan loyalitas? (**Interaction management**)
16. Apakah terdapat rasa empati Ketika anda berkomunikasi dengan orang lain? (**Sikap Empati**)
17. Bagaimana anda menanggapi orang lain setelah mendengarkan cerita yang telah disampaikan? (**Sikap mendukung**)
18. Bagaimana cara anda menjaga suasana Ketika berbicara dengan orang lain agar tidak membosankan dan terlihat menyenangkan? (**Sikap ekspresif**)
19. Bagaimana anda yakin bahwa pesan yang anda sampaikan bisa dimengerti oleh lawan bicara?
20. Bagaimana cara anda mempertahankan atau membuat percakapan menjadi lebih intense? (**Sikap keterbukaan**)
21. Kapan anda dapat merasakan bahwa pembicaraan yang dilakukan dapat menjadikan hubungan yang lebih antara barista dan pelanggan?
22. Apa saja bentuk-bentuk loyalitas pelanggan?

23. Seberapa sering pelanggan anda membeli produk anda setiap bulannya?
24. Apa indikator anda bahwa omalia coffe telah tertanam pada benak pelanggan?

Informan (Loyalitas Pelanggan)

1. Seberapa seringkah anda telah membeli produk dalam waktu 1 bulan?
2. Seberapa sering anda menggunakan produk omalia coffee dalam kehidupan sehari-hari?
3. Apa yang anda sukai dari omalia coffee selain dari segi produk?
4. Menurut anda, apa yang membuat anda memilih omalia coffee jika dibandingkan dengan yang lain?
5. Menurut anda, apa yang membuat anda menjadikan omalia coffee sebagai pilihan utama dibandingkan dengan yang lain?
6. Jika diberi pilihan, apakah anda akan sukarela merekomendasikan omalia coffee kepada orang disekitar anda?



TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Key Informan

Moshi sebagai barista Omalia Coffee

Nama : Moshi

Usia : 22 tahun

Jabatan : Barista *Omalia Coffee*

Tanggal : 17 Januari 2023

Proses : Via *online (whatsapp)*

David : Sore kak moshi. Boleh minta waktunya sebentar buat wawancara ? Aku mau nanya nanya nih seputaran omalia coffee hehehe

Moshi : Sore, Boleh, Silakan

David : Bantu aku buat penelitian skripsi aku ya kak 😊. Bisa kita mulai sekarang?

Moshi : Ohh oke2, Boleh boleh

David : Okee kita masuk pertanyaan pertama yaa kak. Kak aku mau nanya nih kalo kakak sebagai barista bangun hubungan kedekatan gitu sama pelanggan, menurut kakak penting ga sih ?

Moshi : Kalo menurut aku kak, penting banget. Karena aku perhatiin, semisal pelanggan nyaman sama kita pasti dia bolak balik dateng tuh kak. Lumayan buat penjualan kita dan buka link kenalan aku juga sih kak.

David : Ohh jadi kita perlu yaa treat mereka sebaik mungkin.

Moshi : Iyaa sih kak betul tuh hahaha

David : Terus kalo biasanya nih kakak cara buka obrolan nya gimana sih kak ke pelanggan pelanggan kakak ?

Moshi : Aku biasanya sih tanya dulu kayak tinggal dimana, kasih rekomen minuman favorit, tanyain minuman kesukaan mereka mau yang manis atau asam seger. Misal yang datang kerja kantoran ya kak, biasanya aku tanya tuh kerja dikantor apa sama dimana lokasinya. Intinya, Aku unjukkan rasa tertarik pengen kenal sama pelanggan.

David : Tapi pernah ga sih kak kayak nemu kesulitan gitu pas mau mulai obrolannya ke pelanggan ?

Moshi : Ada aja sih kak

David : Terus cara nanganin hambatan nya gimana tuh kak ?

Moshi : Aku kalo ada kesulitan buat ngedeketin pelanggan, biasanya aku masuk pembicaraannya pelan – pelan tuhh. Kalo cuaca lagi panas terik, aku bilang panas banget ya cuaca hari ini kak, nyiksa banget sih panasnya bikin lemes. Nantikan aku dapet respon tuh, nah kalo responnya enak aku lanjutin tanya-tanya nya biar deket. Bisa juga setelah minuman abis, aku biasanya tawarin lagi, mau coba minuman yang lain ga kak ? kalo respon nya kurang bagus, aku gak berani lanjutin. 😊

David : Takut jadi gaenak yaa kak suasananya kalo respon nya jelek tapi dilanjutin 😂

Moshi : Iya tar kaku banget suasananya kalo aku paksa 🤔

David : Kalo dari perbedaan budaya atau latar belakang, ada pengaruh ga sih kak ? Kayak jadi kendala gitu buat deketin ke mereka ?

Moshi : Iya sih kak, aku kan terbiasa dengan cara bicara yaa kayak orang dikota pada umumnya, suka ada nih pelanggan yang logatnya masih dibawa dari daerah asalnya, aku jadi suka bingung, mereka lagi unjukin ekspresinya kayak apa. Aku ada pengalaman gitu juga soalnya sama owner waktu itu hehehe. Waktu itu aku bingung bedain antara lagi seneng kah, pusing kah, sedih kadang aku suka susah bedain. Belum lagi kalo yang terbiasa nada tinggi, antara marah atau memang logatnya kaya gitu aku rancu.

David : Ohh gituuu. Tapi biasanya kakak cara deketin kakak ke mereka gimana tuh kak ?

Moshi : Aku kalo lagi deketin pelanggan yaa aku biasanya pasang mindset dlu, kalo mereka udah aku anggep temen, aku mau ciptain suasana kalo disini rasa kekeluargaannya kental. Aku pasti biasain tanya kabar hari ini gimana, ada cerita baru apa hari ini, dan yang paling penting harus inget minuman kesukaan mereka. Jadi mereka bakal ngerasa kalo kita punya rasa perhatian yang lebih.

David : Jangka waktu nya brp lama sih kak buat ngedeketin diri ke mereka ?

Moshi : Sorry ya kalo aku *slow respon* 😊

David : Iyaa kak gapapa santai 😊

Moshi : Hmm aku sih gak lama yaa, 1 kali ketemu pasti udah aku coba buat deketin, kalo buat hasil pasti deket sama pelanggannya, rata rata 2 kali ketemu udah langsung akrab.

David : Nahh selama ini yang kakak udah bangun nih sama pelanggan omalia coffee. Pastikan pernah miss komunikasi lah yaa, cara ngehadapin miss

komunikasinya gimana tuh ? Kan sayang yaa kalo udah dibangun trus hancur gitu aja 😊

Moshi : Iyaa kak susah bangunnya lagi tau 🤔 Kalo ada miss komunikasi misal kayak salah paham, aku pernah alamin sih. Jadi di omalia yang bagian ruangan ac, kita perbolehkan orang untuk nge vape dan dilarang buat nge rokok didalem, mungkin kadang yang perokok ngeliat kali yaa kok yang vape boleh tapi rokok gaboleh, mereka kadang main masuk sambil nge rokok. Nah disitu kita pasti omongin pelan-pelan dan jelasin kenapa gaboleh ngerokok didalem. Kadang ada yang tetep bandel sih, Cuma kita biasa sengaja buka pintu biar asap nya keluar dan nandain kalo emang gaboleh merokok didalam. Pernah juga kita kasih perhatian lebih buat pelanggan kita, terkadang malah ada yang risih karena mereka menganggap kita lagi menjilat atau meminta uang tips, tapi biasa nya kita jelasin lewat bercanda mereka langsung ngerti kalo emang karakter kita yang kayak gitu.

David : Kira kira penyebab nya apa tuh kak kalo ada masalah gitu ?

Moshi : Mungkin ya kak kalo kata aku dari bedanya pergaulan lingkungan, beda budaya, beda kebiasaan cara berbicara. Aku juga pernah dapetin pelanggan yang sakit hati karna bcandaan aku sama owner. Apalagi kita biasanya bawa bercandaan tongkrongan, kadang menurut mereka berlebihan mungkin tapi menurut kita biasa aja.

David : Ada cara ampuh ga sih kak atau yg efektif gitu buat deketin pelanggan

Moshi : Harus bangun suasananya dlu sih kak yang menyenangkan, yang nyaman buat pelanggan, kasih kesan yang baik supaya mau balik lagi kesini.

Tunjukkan kalo kita punya perhatian atau empati sama mereka. Kalo udah kesentuh hatinya kita juga gampang deketin mereka, karna emang sama sama mau deket gitu kak.

David : Selama pendekatan yg udh dilakuin, ada dampaknya ga sih kak kepelanggan gitu ? Mungkin dari sisi loyalitas mereka ?

Moshi : Menurutku penting kak, soalnya kalo misalkan kita lagi kehabisan bahan buat bikin minuman mereka, kitanya lebih enak buat arahin ke produk yang lain, dan mereka juga lebih ngertiin tanpa harus kecewa gitu. Ibarat kata kalo kita deket sama pelanggan, yang naik namanya bukan omalia doang tapi nama kita juga bakal diinget. Wah si barista ini jago nih ngeracik minumannya, baik banget lagi seru diajak ngobrol atau nongkrong.

David : Ohh gitu kak. Sebenarnya tujuan utama dari omalia coffee ngebangun hubungan sama pelanggan apa sih kak ?

Moshi : Tujuan utama yang jelas buat penjualan lebih stabil dan memungkinkan buat naik. Sharing buat ilmu juga bisa, jadi kita lebih tau enakunya produk kita diapain lagi supaya lebih baik, kemauan pelanggan juga kita jadi lebih tau mau yang kayak apa. Tar juga ujung ujungnya balik lagi ke angka penjualan.

David : Pake strategi ga sih kak buat deketin pelanggan ? Penting ga kira kira strategi buat ningkatin loyalitas pelanggan omalia ?

Moshi : Perlu sih kalo kata ku kak. soalnya dari owner juga udah kasih alurnya kayak apa biar lebih gampang nih kita ngedeketin pelanggan. Kalo engga pake strategi, kitanya juga buta bingung ngedeketin pelanggan gimana. Trus

jadi kayak gapunya karakter si omalia coffee ini.

David : Kakak terapin ga sih setiap mau deketin pelanggan ?

Moshi : ya pasti itumah kak, jadi nilai lebih kalo pake strategi. Ketauan juga lebih jelas hasilnya trus punya karakter kitanya juga.

David : Nahh yg mesti dipertahiin apa aja tuh kak pas lagi ngedeketin pelanggan biar meningkat tuh loyalitas mereka ?

Moshi : Cara kita memposisikan diri sih kak. Gaboleh terlalu berlebihan juga kitanya, nanti disangka munafik. Kita tetep harus jadi diri sendiri tapi terkadang juga harus ngerti kapan diposisi mereka.

David : Strateginya gimana sih kak komunikasi ke pelanggan nya ? Biar naik loyalitas nya

Moshi : Strateginya sih paling kayak awalan apa aja nih batesan yang kita oleh tanya ke konsumen. Contoh karakter minuman yang mereka suka, selama ini apa ada kekurangan ga dari produk kita, termasuk minta saran gitu gitu sih kak, baru kita bawa ke obrolan ringan dlu biar dia ngerasa deket sama kita. Nahh kalo udh ada kedekatan, kita tinggal atur gimana yang biasa pelanggan cuma beli berubah jadi mau sharing di medsos mereka dengan inisiatif sendiri.

David : Timbul empati ga sih kak kalo lagi ngobrol sama pelanggan gitu ?

Moshi : Ada sih kak, kita mesti punya empati ke pelanggan juga biar pelanggan merasa puas. Empati nantinya buat kita tau kemauan pelanggan tuh kayak apa, sektor mana aja yang perlu diperhatiin biar pelanggan lebih puas dari sebelumnya.

David : Kakak kan pasti pernah tuh dapet cerita cerita dari mereka. Cara kakak nangepin mereka gimana tuh kak ?

Moshi : Biasa kita tanya ulang detail dari cerita mereka buat nunjukin ketertarikan, kita juga harus bayangin di posisi mereka supaya kita paham apa yang mereka rasakan, nantinya kita kasih respon yang aman buat kita tapi tetep bikin pelanggan kalo kita ngertiin posisi mereka.

David : Abis itu pasti penting kan yaa jaga suasana, caranya kayak apa yaa kak biar ga bosen gitu ?

Moshi : Cerita yang berbau tongkrongan pasti seru sih kak dibawain kalo ketemunya anak muda. kalo yang udah cukup tua kita kasih knowledge tentang kopi juga biasa nya mereka seneng karena dapet banyak ilmu

David : Dari se pengalaman kakak nih, cara ngeliat kalo mereka ngerti sama pesan yang kita kirim gimana kak ?

Moshi : Keliatan dari responnya kak, kalo misalkan dia mulai nanya-nanya atau ngulang pesan yang kita lempar. Bisa juga keliatan dari perilakunya, kalau dia ngikutin sesuai pesan berarti dia memang tertarik dan pesan diterima dengan baik.

David : Biar ga bosen gitu, cara ngejaga suasana biar lebih intense gimana kak ?

Moshi : Supaya lebih intense aku bangun suasana lebih serius, Awal pasti banyak bercanda supaya moodnya bagus dlu kak, abis itu aku kalo mau bawa ke obrolan yang lebih intense biasa nya aku kasih cerita dari pengalaman pribadi dlu. Ini ngaruh buat pancingan biar pelanggan mau cerita. Nah disini, baru aku dengerin cerita mereka, trus kasih responnya juga yang tepat

jangan berlebihan tapi harus keliatan perhatian. Ntar juga kalo udh nyaman mereka bakal cerita dengan sendirinya tanpa dipancing.

David : Ada momentnya ga kayak kakak sadar kalo ini hubungan bisa lebih antara kakak sama pelanggan.

Moshi : Kalo aku perhatiin, biasanya ciriin awal mereka suka kasih tips ke aku, abis itu denger saran atau arahan dari aku. trus mereka otomatis cerita ke aku tanpa dipancing

David : Bentuknya kayak apa aja kak yang mereka bisa kita pastiin kalo udh loyal ?

Moshi : Yang keliatan pertama pasti mereka peduli yaa sama kita entah buat aku sendiri atau omalia coffee. Ngasih saran kearah yang lebih bagus, trus datengnya juga sering ke omalia. Pernah nyoba semua produk kita juga menurut aku termasuk loyal juga sih. Apalagi dia sampe rekomen bahkan ampe bawa ke omalia, itu udah loyal banget buat aku.

David : Pelanggan omalia kan udh lumayan banyak yaa, mereka biasa dateng brp kali tuh kak sebulan ?

Moshi : Lumayan beragam kak, kalo diitung rata-rata sih 8 kali ada kayaknya tiap bulan per pelanggan

David : Yang terakhir nih kak, Tandanya pelanggan apa sih yang nge ciriin kalo omalia coffee udah jadi pilihan utama mereka ?

Moshi : Ya yang jelas udah hafal sama produk kita, trus berani rekomen ke orang sampe dibawa ke omalia. Beli produk kita juga yang keitung rutin, trus mereka udah nyoba kopi dari tempat lain tapi tetep balik ke kita, menurut

aku sih itu omalia coffee udah jadi nomor satu buat pelanggan.

David : Okee deh kalo gitu kak, Terima kasih banget udh mau diganggu yaa kak



Moshi : Iya kak sama sama, seneng bisa bantu juga 😊



Arief Bio Alamsyah sebagai owner

Nama : Arief Bio Alamsyah

Usia : 30 tahun

Jabatan : Pemilik *Omalia Coffee*

Tanggal : 17 Januari 2023

Proses : Via Offline (Rekaman bertemu secara langsung)



David : Selamat malam pak arief

Arief : Ya, selamat malam pid

David : Pak, saya mau ijin wawancara ya, tentang seputar *Omalia Coffee* aja gimana ke pelanggan

Arief : hmm he'em

David : Sebenarnya *Omalia Coffee* sendiri udah buka dari kapan sih pak ?

Arief : *Omalia Coffee* sih udah berdiri dari tahun 2018 sih pid

David : Oh lumayan ya, lumayan lama juga ya

Arief : He'em

David : kalo *omalia coffee* tuh biasanya bukanya dari jam berapa sampe jam berapa sih pak ?

Arief : *Omalia Coffee* buka dari jam 7 pagi sampe jam 7 malem kebetulan

David : hmm gitu, pelanggannya kira kira udah banyak belum pak disini ?

Arief : ya cukup banyak lah untuk café

David : Nah kalo misalkan dari bapak sendiri nih nerapin SOP nya kalo buat *Omalia Coffee* sendiri yaa ngebangun hubungan interpersonal nya gimana sih ke

pelanggan

Arief : Ya menurut saya sendiri itu cukup penting sih kalo ngeliat dari kebutuhan dari orang yang datang beli produk kita kebanyakan mereka perlu temen ngobrol atau sharing, kadang tentang kopi, kadang juga masalah pribadi mereka

David : oh jadi kayak temen gitu ya pak jatohnya

Arief : hmm iya

David : oke oke nah kalo si bapak ini misalkan, bapak turun kelapangan langsung atau engga ?

Arief : ya kadang, kadang saya juga turun kelapangan

David : Berartikan secara ga langsung bapak jadi barista juga ya disini ya

Arief : iya

David : Nah kalo cara bapak sendiri ngebuka pembicaraan ke pelanggan gimana tuh pak biar bisa ngobrol Panjang gitu ?

Arief : Saya kan kebetulan turun kelapangan juga ya, bantu barista biasanya yang saya contohin ke barista awalnya ya biasa pake pertanyaan standar, kayak tinggal deket sini atau engga, terus nanya pekerjaan, kadang kalo yang datang berkeluarga nanya umur anak, nama, sama kasih pujian kayak lucu ya anaknya nge gemesin, baru nanti kalo udah mulai deket, baru omongin selera musik atau kopi, pokoknya semua dijadiin bahan omongan deh

David : oh oke oke, nah terus kalo misalkan bapak nih ketemu pelanggan kayaknya yang agak susah nih diajak komunikasinya buat mulainya nih, itu cara bapak gimana sih nangepinnya, cara solusi masalahnya itu ?

Arief : emang kadang ada aja nih tamu yang dateng susah banget diajak

ngobrolnya. Ada aja tuh yang jawab seadanya ampe susah banget dah dikuliknya, tapi biasa kan kita pasang musik ya diruangan *ac* omalia coffee, kalo misalnya keliatan dia tau sama lagu itu, atau sampe ikutan nyanyi kita langsung basa basi nanya, kakak suka juga ya sama lagu ini ? ngikutin juga band ini ?

David : bener bener berarti di *treat* nya sedeket mungkin ya pak ya kayak temen lah ibaratnya gitu ya

Arief : iya

David : hm oke oke oke, nah kalo bapak sendiri nih yang bapak rasain, pernah punya kendala ga sih pas komunikasi sama pelanggan gara gara mungkin perbedaan budaya, mungkin pendidikannya atau apanya gitu ? bapak sempet ngerasain ga sih ?

Arief : ya kadang sih saya sendiri berasa banget ya kalo ada perbedaan budaya atau apa gitu, contoh kayak ketemu sama pelanggan asal medan. Pastikan mereka kebiasaan tuh sama omongan nada tinggi, kadang kita nangkepnya suka beda.

David : mungkin kesannya kayak marah marah gitu ya pak ?

Arief : he'em, ini lagi nunjukin kalo dia gasuka atau gimana ya, tapi biasa saya liat dulu, kalo misalkan saya kasih lawakan bercanda dia ketawa, berarti emang dia terbiasa ama intonasi tinggi atau ketus.

David : nah kalo bapak nih misalkan udah ngobrol nih awal awal udah ya lumayan deket lah, terus kalo mastiin biar lebih deket lagi tuh cara deketinnya gimana sih pak ?

Arief : hmmm, kalo kita lakuin pendekatannya biasanya kita kasih pelayanan yang

gabiasa, misal kita kasih harga diskon, pernah juga kita kasih gratis buat hari itu, kita anggepnya sih kayak ngasih tester gitu. Pernah juga ada tamu nih yang minta tolong beliin rokok, ya kita beliin aja, terus pas dia mau ganti uang rokoknya, kita kasih gratis, bilang gausah kak gapapa aman. nah setelah itu biasanya kita ngomongin seputar hobi, terus kadang curhat yang masalah sekiranya bisa diceritain buat kayak rasa si tamu ini kayak di hargain gitu, biar berasa kayak temen sendiri aja

David : Jadi bapak engga merasa rugi gitu ya ? kayak misalkan ngasih tes, ibaratnya itukan kayak ngasih tester gitu ya, emang bapak ga rugi atau apa gitu ?

Arief : ya engga sih anggepnya itung itung loyalitas mereka juga, kita gatau dia belanjanya banyak atau engga

David : oke oke oke, nah biasanya nih kalo bapak nih deketin diri ke pelanggan itu, butuh berapa lama pak kira kira ?

Arief : hmmm, ga lama sih. Kadang kalo kayak tamu yang enak diajak ngobrolnya biasa dalam satu kali ketemu juga langsung akrab, tapi kalo kayak yang tamunya pendiem, paling pertemuan kedua baru kita bisa korek. Paling penting sebenarnya gimana kondisi saat itu sih, kalo suasana hati kita enak terus tamunya juga lagi enak, pasti gampang nyambungnya tuh.

David : oh oke oke, nah kalo misalkan nih bapak udah ngobrol lah, udah lumayan deket terus ternyata pernah ngalamin ga sih kayak salah paham gitu gitu, kayak ada aja gitu hambatannya kalo lagi komunikasi sama pelanggan.

Arief : ya tentu pernah sih kita ngalamin kayak gini, karena mungkin mood tamu

mungkin lagi jelek, atau kita bercanda berlebihan, mungkin itu yang bikin kadang tamu bete, berubah ga kayak biasanya. Nah disitu kadang kita malah ajak ngobrol yang seru seru, misal kalo tamunya yang suka mobil, walaupun kita ga ngerti ampe yang dalem tapi tetep kita obrolin biar mood dia naik lagi. Pernah juga ada tamu yang pusing sama masalah diluar, kita sih biasanya bercandain terus tanya lagi kenapa, terus kasih saran tapi ga sampe yang menyinggung.

David : biasanya kalo ada salah paham di komunikasi, biasanya gara gara apa sih pak penyebabnya ?

Arief : Ya kadang karena perbedaan perbedaan itu, kayak perbedaan budaya, cara ngobrolnya dia, ya lebih kesitu sih.

David : Nah kalo menurut bapak sendiri nih kalo buat apa ya, hubungan komunikasi interpersonal nih ama pelanggan yang paling efektif tuh gimana sih pak caranya gitu ?

Arief : Paling gampang nya sih ya, menurut saya nih jangan pertama kali dateng tamunya langsung kita geber kayak nanya tentang pribadi dia, pasti mereka risih. Ajak aja dulu obrol obrolan tongkrongan kalo yang anak muda. pasti cepet nyambung sama mereka, apalagi kita posisiin mereka kayak beneran temen, main bareng kemana gitu, nongkrong, pasti lebih gampang deketin dirinya. Tar setelah kerasa ada kedekatan lebih dari sebelumnya, baru kita mulai nanya tentang pribadi dia, biar ada kesan peduli sama mereka

David : oh berarti bapak juga sering ketemu sama pelanggan diluar café lah ya

Arief : iya

David : oke oke oke, nah setelah bapak udah deketin ke pelanggan selama ini yang udah dibangun nih ama bapak nih, ada dampaknya ga sih pak ke omalia coffeenya gitu dalam ningkatin loyalitas mereka ?

Arief : Ini sih penting banget, malah kayak jadi keharusan. Karna kalo berharap tamu baru terus yang datang itu bakal makan biaya gede buat promosi, trus kita juga gapunya pendapatan yang stabil, walaupun ga pasti juga mereka datengnya tapi seenggaknya kan lumayan buat naikin kemungkinan kalo dia bakal datang beli dengan rutin. Malah kalo punya pelanggan yang udah loyal nih ya, kita enak tau sebenarnya kayak dapet promosi gratis, pasti kan dia cerita tuh ketemennya, apalagi emak-emak sosialita yang suka update, enak banget tuh tar dia suka posting di medsosnya dia tanpa kita suruh.

David : terus kalo menurut bapak nih sebagai owner yang jadi tujuan utama dari omalia coffee tuh bangun interpersonal apa sih pak ?

Arief : ngomongin tujuan utamanya ya, simple sih cuma pengen biar akrab sama tamu, link pertemanan yang baru, syukur kalo bisa bisnis bareng. Pengennya kayak gaada batasan antara kita sama pelanggan, kita bikin rasanya jadi kayak kekeluargaan semua sih. Kalo dari sisi omalia coffee sih ga munafik ya, pasti biar tamu kita tetep balik kesini, selalu inget ama produk kita, penjualan juga lebih stabil bahkan sampe ada peningkatan nantinya.

David : kalo menurut bapak nih selama ini bapak jalanin, bapak biasanya pake strategi ga sih bangun komunikasi interpersonalnya gitu ?

Arief : hm, pasti dong, kalo ga disusun strateginya bahaya ntar bisa kesinggung si tamu nya, trus kalo Cuma ngarepin sambil berjalan waktu bakal kelamaan. Jadi kita

sih mending susun strategi ya walaupun ga yang bener banget strateginya tapi kita tetep pake kok strategi.

David : oh berarti penting juga lah ya buat ningkatin pelanggannya ini ya ?

Arief : he'em

David : oke abis itu lanjut pertanyaan selanjutnya, setiap, berarti bisa dibilang setiap bapak berkomunikasi dengan pelanggan itu bapak nerapin strategi komunikasi interpersonal ini ?

Arief : ya pasti kalo itu mah, biar pelanggan juga tetep bertahan sama kita. Kalo strateginya bener trus tepat, nanti pelanggan juga jadi lebih loyal sama kita.

David : nah kalo menurut bapak nih, hal apa aja sih yang perlu diperhatiin kalo lagi berinteraksi lah sama si pelanggan, supaya tuh pelanggan ini bisa ditingkatkan loyalitas nya gitu ?

Arief : Hal yang diperhatiin sih paling kayak udah sejauh mana nih kedekatan kita sama konsumen, trus kayak apa dia udah ngajak temennya kek atau saudaranya ke omalia coffee trus sering posting ga sih produk dia di ig, update ga di medsos dia. Trus yang paling penting kayak udah sejauh mana nih kedekatan kita sama pelanggan, kalo udah deketkan kita harus tetep maintenance supaya ga kabur.

David : iya bener bener, soalnya kalo kabur bahaya juga ya pak ya

Arief : iya

David : terus kalo berarti selama ini bapak komunikasi kan pake strategi nih, nah strategi apa aja sih yang bapak pake buat komunikasi sama pelanggannya biar ya bertingkat gitu loyalitasnya

Arief : Paling pertama kita ulik dulu sih karakter pelanggan nya kayak apa, kan

beda usia beda kebudayaan beda latar belakang pasti ntar treatmentnya beda. Kalo disamain semua mah pasti ga kena ke konsumen. Paling abis itu kita kayak pendekatannya kayak jadiin temen sih, kasih harga diskon dan lain-lain, abis itu ajak ngobrol kesukaan dia kayak apa aja, semua bahan yang bisa jadi topik kita sikatlah. Tukeran ig juga bisa saling follow, tar kita saling tag atau follow satu sama lain gitu. Pokoknya treat dia jadi orang yang paling deket deh kayak temen akrab, nah disini kan udah kayak secara ga langsung kalo kita saling tag di post ig jadinya kayak dapet promosi nih lewat jalur dia. Sisa nya kita tinggal maintenance kayak ingetin dia buat mampir kalo udh lama ga dateng. Gitu sih

David : oh berarti di treatnya habis habisan ya buat pelanggan ya disini ya

Arief : iya pastinya

David : nah kalo bapak sendiri nih misalkan lagi komunikasi dengan si pelanggan, ada rasa empati nya ga sih sama pelanggan ?

Arief : Kalo itu mah pasti ada walaupun baru kenal juga biasanya muncul aja gitu rasa empatinya. Apalagi kita lagi ngomongin masalah kedekatan sama pelanggan kita ya, kita wajib tuh ada rasa kayak gitu, supaya tau gimana sudut pandang dari mereka. Dan orang juga pasti berasa lah kayak dihargain, di perlakukan dengan istimewa, syukur syukur kalo kita bisa lakuin apa yang mereka butuh atau pengen.

David : oh iya bener juga sih, nah bapak nih kalo lagi komunikasi, cara nanggapi gimana sih supaya cerita udah disampein tuh, kita responya tuh bener tepat ?

Arief : Tergantung ceritanya apa dulu sih, kalo ada saran dari kita ya lempar aja ke mereka, kita juga gaboleh terlalu pro ke mereka. Kalo seandainya cuma masalah

ringan atau cerita biasa ya kita posisiin jadi mereka aja. Kadang kita timpalin cerita dari pengalaman kita yang mirip mirip. Beberapa hal yang kita gatau aja, kita suka iya iya aja biar kesannya pernah ngalamin atau satu pemikiran.

David : iya sih kadang basa basi perlu lah ya

Arief : ya perlu

David : trus cara bapak ngejaga ibaratnya kayak suasana hatinya biar pembicaraannya nih biar gabosenin biar selalu kayaknya nyenengin gitu, cerita terus cerita terus tuh gimana sih pak ?

Arief : Gampang sih kalo kita, kebetulan umur saya juga muda, barista juga masih muda, ya bawa aja obrolan tongkrongan kayak kenakalan atau kebodohan apa aja yang pernah dialamin + dilakuin, itu kadang kita jadiin bahan bercandaan supaya pelanggan denger cerita nya seru ketawa ketawa.

David : terus kalo bapak udah yakin nih bapak mau nyampein sesuatu nih ke pelanggan, cara bapak mastiin supaya dia kalo dia udah ngerti gitu pesan yang bapak kirim tuh gimana sih pak ?

Arief : Cara ngeliatnya ya ?

David : he'em

Arief : hmm paling lewat tanggapan mereka kayak apasih. Kalo misal kita lagi ngarahin pelanggan kita buat coba menu yang baru, kalo dia mau berarti cara nyampein kita bener dan bikin orang mau coba.

David : nah trus cara pertahanin atau gimana ya, bikin percakapan nya lebih intense tuh gimana pak ?

Arief : Biar lebih intense, biasa nya kita pancing dulu sih pake cerita yang pernah

kita alamin, curhat lah bisa dibilang trus kita minta pendapat, kalo dia respon nya bagus tar otomatis biasanya mereka akan cerita pengalaman dia yang mirip juga, disitu kita balik posisinya, kita yang dengerin cerita mereka. Kalo kita bangun suasana nya seru pasti kok mereka cerita. Kalo biar bisa pertahanin sih paling kita juga tetep harus update cerita kita, dengerin juga cerita mereka, kalo nyaman pasti mereka dateng sendiri buat curhat.

David : bapak nih misalkan udah ngebangun nih pendekatan dengan pelanggan udah lama gitu, kapan sih bapak bisa nentuin kayak ngerasa kalo pembicaraannya tuh udah jadi hubungan yang lebih nih antara bapak dengan pelanggan sendiri

Arief : Yang jelas kalo pelanggan udah mulai cerita masalah mereka, trus yang baik sama kita suka lebih kalo bayar, ngajak main bareng, nongkrong diluar, bales balesan dm ig itu menurut saya sih udh keliatan kalo ada kedekatan yaa

David : nah kalo menurut bapak, bentuk loyalitas si pelanggan nih lewat apa aja sih ? bentuknya kayak gimana aja gitu ?

Arief : tanda tandanya ya ?

David : iya

Arief : bisa lewat seberapa sering dia datengnya perbulan, kalo ga pernah atau sering ga sih posting di medsos pribadi mereka, paling mantepnnya kalo udah bawa temen atau siapapun buat dateng nyuruh coba produk kita. Yang suka bayar lebih buat tips juga bisa kita tandain kalo mereka loyal

David : oh oke berarti kalo kayak gitu. Seberapa sering nih yang bapak liat, pelanggan dateng bulannya gitu ?

Arief : Macem macem kalo nanya nya gitu, ada yang dateng hampir setiap hari,

ada yang sebulan 12 kali dateng beli, ada yang dateng 4 kali tapi sekalinya dateng rombongan belinya dalam jumlah yang banyak. Rata-rata sih sebulan dateng buat belinya pada 8 kali ya.

David : lumayan juga ya pak ya buat penjualan

Arief : ya lumayan

David : nah menurut bapak nih indicator apa yang kayaknya nih omalia coffee tuh udah kayaknya nomor satu gitu buat si pelanggan bapak gitu ?

Arief : Kalo itu biasanya keliatan dari seberapa sering dia mention kita di akun medsos mereka, rajin beli produk kita dari gelas sampe literan, ga pernah lupa buat rekomen ke temen temenya. Itu sih

David : oh gitu, berarti udah ibaratnya lumayan loyal ya pelanggan pelanggan omalia

Arief : lumayan loyal

David : oke deh kalo gitu, terima kasih ya pak maaf nih ganggu waktunya

Arief : iya gapapa kok pid

Informan

Gabby sebagai pelanggan

David : Selamat malam Kak Gabby 😊 Maaf ganggu waktunya malem" begini

Gabby : Hallo davidd... iyaa gpp vid pas aku lagi santai kok. Gimana2 ada yang bisa dibantu?

David : Boleh saya wawancara buat penelitian saya ? Cuma seputar Omalia Coffee aja kok hehehe

Gabby : Ooo bolehh dongg 😊

David : Okeee masuk ke pertanyaan pertama yaa kak, Kakak jadi pelanggan omalia coffee udh dari kapan sih kak ?

Gabby : Hmm. Pastinya kapan sih lupa yaa.. tapi aku udah lama jugaa jadi langganan omalia 🤔

David : Udah ada 1 tahun mungkin kak ? Atau lebih gitu ?

Gabby : Hmm kayanya 1 tahun lebih dikit deh vid.. Kalo engga salah mereka baru2 buka tuh. Masih ada balon2 gitu hihi

David : Ohh gitu kak lumayan lama juga yaa. Berarti udah beberapa kali dong dateng pastinya

Gabby : Wahh bukan beberapa kali lagi..udah sering banget.. hahah

David : 😂 waduh mantap udah pelanggan nomor satu nih jangan jangan. Kalo dalam 1 bulan kakak kira kira bisa datang brp kali tuh kak ke Omalia Coffee ?

Gabby : Hahaha.. iyaa.. Aku kan termasuk addict yaa sama kopi. kalau lagi ngantuk dari kerjaan pasti aku nyari kopi sih kesini..entah pakai ojol atau langsung kesini.. 1 minggu bisa 4-5 kali, jadi yaa 1 bulan sampe ga keitung dah hahaha. Kadang siang udh ojol pulang kerja ya kesana lagi 😂😂

David : Hahaha se cinta itu sama kopi yaa Kak Gabby 🤔

Gabby : Bangett vid kalo engga ketemu kopi kaya uring2an gitu lhoo

David : Kalo misalnya pemakaian produk Omalia Coffee sendiri dalam kehidupan sehari hari gimana tuh kak ?

Gabby : Hnn..Gatau yaa kayaknya itungannya rutin deh, apalagi akhir bulan

kerjaan aku numpuk. Ilangin ngantuknya paling pake kopi. Dan aku paling nyaman yaa ngopinya disini. Jadi yaa lumayan lah kadang bisa lebih dari 2 gelas aku minum kopi disini.. 😊

David : Waduhh bisa tidur ga tuh kak malemnya 😊

Gabby : Aku engga ngaruh vidd..malem tidur mah tidur aja wkkwkw

David : Kuat juga ngopinya kak gabby hahaha 😊. Kalo dari kakak sendiri nih, suka sama omalia coffee tuh dari apanya sih selain dari produknya ? Kalo ngomongin produk kan ka gabby aja selalu ngopinya di omalia yaa 😊

Gabby : Iya benerr.. jadi buat aku yang pertama banget pelayanan sih ya awal aku kesini aja tuh udah dibikin nyaman sama pelayanannya.. terus baristanya,waitersnya tuh ramah2..sampe kaya jadi teman aja gituu... Abis itu kalo aku udh lama ga mampir nih pasti sama baristanya di chat nanyain kabar, nyuruh gua main main lagi ke omalia.. jadi selain kopinya enak, pelayanannya sih juara 🏆

David : Ohh gituuu, Nahh kalo yang bikin kakak tuh pilih omalia coffee dibanding yang lain apa tuh kak ?

Gabby : Yang pasti tadi gue nyaman banget ngopi di omalia ini.. servicenya juaraa.. baristanya ramah pake banget.. kalo mereka lagi santai, kadang suka ngobrol bareng2 gituu.. sangking serunya kadang aku suka curhat colongan gituu dan mereka bener2 tanggepin dan jadi kaya sahabat aja gituu, Selain itu juga kopinya enakk.. mereka bikinnya dengan hati gitu wkkwkw

David : Udah bisa dibilang Omalia coffee ini jadi pilihan utama gak sih kak dalam dunia ngopi kakak ?

Gabby : Iya betul banget.. 😊

David : Nahh hal apa aja kak yang bikin kok omalia coffee bisa jadi pilihan utama kakak ?

Gabby : Yang jelas sih, mereka udah berhasil bikin aku nyaman, trus mereka bisa bikin sesuai apa yang aku mau dan mereka juga cepet nangkep nya. Kalo kita pengen sesuatu nih, trus menurut mereka kayaknya kurang enak, pasti mereka jelasin tuh kenapa kok pasti gaenak. Jadi mereka ga asal aja nolaknya, tapi kita dikasih edukasi juga. Itu sih ditempat lain yang gaada.. itu yang jadi nilai plus juga buat aku..karna mereka aku jadi ngerti kopi dikit2 lho 😊

David : Wahh asik juga yaa berarti

Gabby : Bangett vid 🤔

David : Dengan harga segitu yang kita dapetin bukan minuman doang tapi edukasinya juga. Keren keren 😊

Gabby : Iyaa benerr... dan setauku belajar kopi itu engga murah lho.. mereka dengan sukarela edukasi kami org2 yang awam ttg kopii.. dan itu yang bikin tambah nyaman. Soalnya engga semua coffee shop begitu lho vid. Aku termasuk rajin keliling coffee shop.. paling males kalo ada jarak antara barista dan customer.. kaya ya kerja sekedar SOP aja

David : Wihh bener bener beda yaa dari yang lain 🤔. Kalo dikasih pilihan, Kak gabby mau gak rekomendasiin ke yang lain tentang omalia coffee ini secara sukarela gitu atau cuma cuma ?

Gabby : Pasti aku rekomendasiin hahaha.. Karna buatku esensi ngopi ga minum

trus pulang, tapi obrolannya, sharing satu sama lain, itu yg bikin aku niat nyebarin ke semua channel pertemanan aku. Anak anak kantor aja udah berapa kali aku tarik kesini. Dan semua teman2 yg aku ajak kesini tuh mereka juga nyaman disini.. malah ada beberapa temen kalo ajak ketemuan, nongkrong gitu pasti kesini wkkwkwkw

David : Oke kalo gitu berarti kak gabby nih udah pelanggan setia yang gaada tandingannya nih 🙌. Oke kak pertanyaan aku sudah selesai. Terima kasih banget nih kak udah mau diganggu bahkan sampe bantu penelitian aku 😊

Gabby : Hahaha kalo ada member aku member nomer 1 vid 😊🙌. Wahh..sama2 ya vid.. terima kasih kembali..👍 Sukses ya penelitiannya

David : Maaf maaf yaa kak kalo ada salah kata 🙏 terima kasih kak, Amin kak 😊

Gabby : Amin kak 😊

Mulyadi Tanu sebagai pelanggan II

David : Selamat siang kak tanu, aku david mau ijin wawancara buat skripsi aku, Judulnya strategi komunikasi interpersonal pada barista omalia coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, boleh minta waktu nya sebentar kak ? 😊

Tanu : Siang vid, Oh iya boleh boleh

David : Pertanyaannya sih seputar kesan kakak ke omalia coffee aja hehehe, bisa kita mulai kak ?

Tanu : Oke vid

David : Oke kak kita mulai yaa, kalo boleh tau kakak udah jadi pelanggan omalia

dari kapan sih kak ?

Tanu : Waduh kalo gua sih udah lama ya vid 2019 gua pertama kali mampir ke omalia, lu tau kan hehe

David : Iyaa yaa kak udah lama juga kita kenal 😊

Tanu : Aslii

David : Pasti kan kakak udah sering nih yaa bolak balik dateng ke omalia coffee, nahh biasanya kakak dalam waktu sebulan bisa berapa kali tuh kak dateng beli produk omalia coffee ?

Tanu : Kalo bicara angka pasti sih tiap minggu 5 kali deh gua kesana, Soalnya pasti setiap pulang kerja sekalian lewat pasti mampir,rest area itu sebelum kerumah 🤔

David : 🤔 gamau coba kerja di omalia aja kak ? Sering banget mampir nya hahaha

Tanu : Nanti lu kedemenan gua 24/7 disana

David : Hahaha 🤔, Nahh kalo gitu, seberapa sering kakak pakai produk omalia di keseharian kakak ?

Tanu : Nah kalo itu gua sih harusnya dapet penghargaan nih,udah hampir tiap hari ke sana dirumah pun kopi literan lu pun gua stock soalnya buat nemenin gua kalo begadang juga. Praktis aja sih,pagi kalo mau ke kantor kan ga mungkin dong kesana dulu jadi bawa di tumbler dulu buat morning coffee

David : Sesering itu yaa ternyata, ada ga sih kak yang kakak sukain gitu dari omalia selain dari produk nya ?

Tanu : Gua tuh orangnya ribet soal kopi,kenapa gua demen nih di omalia soalnya disini tuh bisa bikin kopi sesuai request gua dan ekspektasi dan rasa real juga sesuai,

Terus juga baristanya asik sih,ada aja becandaanya bikin ga suntuk dan untuk segi pelayanan sih oke banget

David : Oh gitu kak, kira kira yang bikin kakak milih omalia coffee dibanding yang lain apa tuh kak ?

Tanu : Jawaban nya simple,nyaman sama pelayanan disini dan rasa kopinya masuk ke lidah gua

David : Bisa dibilang udah cocok lah yaa di omalia coffee, Nahh trus kenapa kakak pilih omalia coffee jadi pilihan utama dibanding sama yang lain ? Kan sebenarnya mungkin kakak bisa aja tuh pilih kopi lain kalo lagi kepepet gabisa dateng

Tanu : Nah ini ada kejadian lucu dan pasti memorable banget sih, Jadi gua waktu itu pulang kerja langsung mampir kan ke sana nah gua pede aja kyk biasa order dan pas mau bayar gua baru ngeh dong dompet gua ketinggalan di kantor awalnya panik tuh akhirnya gua bilang deh mau ke kantor terus balik lagi kesini buat bayar eh malah dibecandain sambil bilang yang ini gratis asal besok balik lagi, nah disitu gua mikir wah ni coffee shop sih kekeluargaanya kuat banget makanya gua makin nyaman disini soalnya lu ngerasa kyk lg dirumah nenek 😂

David : Emang gaada lawan yaa omalia coffee kalo masalah pelayanan nya 🤔, Nahh kalo dikasih pilihan, kakak mau ga rekomendasiin omalia coffee secara suka rela ke orang disekita kakak mungkin ?

Tanu : Pastinya mau dong,gua juga sering ngajak anak anak kantor buat ngopi disana soalnya mereka juga suka ngopi tapi belum ketemu tempat yang pas jadi gua ajakin aja ke omalia

David : Okee mantap kak 😊, Kalo gitu karna kebetulan cuma itu aja sih kak yang

aku mau tanyain, Makasih ya kak udah mau diganggu waktu nya sebentar. Maaf
kak kalo ada salah salah 🙏

Tanu : Oke vid aman

Rinto Abraham sebagai pelanggan III

David : Sore koko rinto 😊, ko boleh aku ganggu sebentar ?, Aku mau wawancara
koko buat skripsi aku, judul nya strategi komunikasi interpersonal pada barista
omalia coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Nanti pertanyaan nya
seputar koko jadi pelanggan omalia coffee doang kok hehehe

Rinto : sore juga pid, ohh boleh", mau nanya apa nih kira"?

David : Aku mau tanya koko jadi pelanggan omalia coffee udah dari kapan ya ko
? Seinget aku udah lama banget yaa

Rinto : udah lama banget itu pid, dari jaman awal" gue motoran, terus kan selese
motoran anak" pada nongkrongnya di omalia kan, kadang kalo abis dari bengkel
juga kesana

David : Udah ada ko 2 tahun lebih mah yaa ?

Rinto : yah kurang lebih udah 2 tahunan pid

David : Koko kira kira sebulan bisa dateng ke omalia coffee berapa kali ya ?

Rinto : Wah jari udah sampe kagak cukup kayanya, seminggu aje motoran berapa
kali. Trus nongkrongnya pasti disini. Ya bisa bisa sebulan diatas 10 kali kayaknya,
motoran aje gua hampir tiap hari yekan.

David : Iyaa yaa kita ketemu aja disana sering banget wkwkwk, Koko sering ga
sih pake produk omalia coffee ? Seberapa sering gitu ko pemakaian nya di

keseharian koko

Rinto : makanya kan, gue aja sampe bosen liatnya lu mulu, Berapa kali yee, gue sih gatau yee gapernah ngitungin. Yg jelas gue kalo abis motoran aje minumnya udah kayak pompa aer, nyedotnya kenceng bener, bisa 3 gelas langsung ludes. Kadang gue juga kalo balik ngampus sengaja dateng kesini buat bungkus, kebetulan kan searah nih ama jalan balik gue

David : Wkwkwk bisa aja koko, Kalo dari sisi selain produk, koko suka sama omalia coffee dari apa nya nih kira kira ?

Rinto : Gue sukanya disini sama baristanya sih, dibikin kayak lagi maen ama temen aje dilayaninnya. Air putih pake es pasti selalu dikasih dluan gue sebelum mesen. Mungkin mereka tau kali ye gue haus abis naik motor siang siang

David : Oh gitu ko. Awalnya koko bisa milih omalia coffee gimana tuh ko ? Kok bisa gitu milih omalia coffee

Rinto : gue pilih disini awalnya iseng nyoba karna enak nih buat ngumpul ama temen temen motor gue. Ternyata baristanya nyambung juga ngerti motor, jadinya yee enak aja bawaannya nongkrong disini

David : Terus alasan koko nih milih omalia coffee jadi pilihan utama koko, gimana sih ceritanya ?

Rinto : kalo ditanya kenapa dijadiin pilihan utama, karna pelayanannya tadi sih. ditempat laen mah air pake es juga bayar wkwkwkwk disini gue dikasih gratis, trus gue liat juga ternyata kaga ke gue doang, ke semua tamunya pada digituin semua. Gue juga kalo nongkrong disini ber jam jam kaga pernah tuh diusir, tapi yee sadar diri bae kalo udah lama nongkrong nya gue pasti pesennya banyak. Kagak mungkin

segelas ber jam jam juga wkwkwkwk bisa digebukin warga gue

David : Di gebukin warga ga tuh 🤔, Kalo misalnya nih ko, koko dikasih pilihan, koko mau ga sih rekomen ke orang sekitar koko tentang si omalia coffe ini secara sukarela gitu ?

Rinto : pasti itumah, kalo di endorse juga mau gue wkwkwk orang emang enak sih disini, barista diajak ngomong apa aja ngerti, pernah gue lagi rungkad ama tugas kuliah, ampe dibantuin gimana cara kerjainnya, paling ga kan gue jadi paham sama tugas kuliah gue

David : Okee dah ko mantep, kesana kali ya kita bsk wkwkwk. Pertanyaan aku udh sih ko segitu aja, maaf maaf ini mah kalo ada salah salah 😊. Makasih koko rinto udah mau bantuin aku 🤔

Rinto : boleh" bsk kalo bisa gue mampir ke sono, oke deh pid, santuy aja pid, goodluck yah buat skripsinya pid

David : Oke semangat juga ko pejuang S1 nih kita wkwkwk

SIMILARITY CEK (TURNITIN)

Skripsi David 20180400014

ORIGINALITY REPORT

18%	18%	5%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

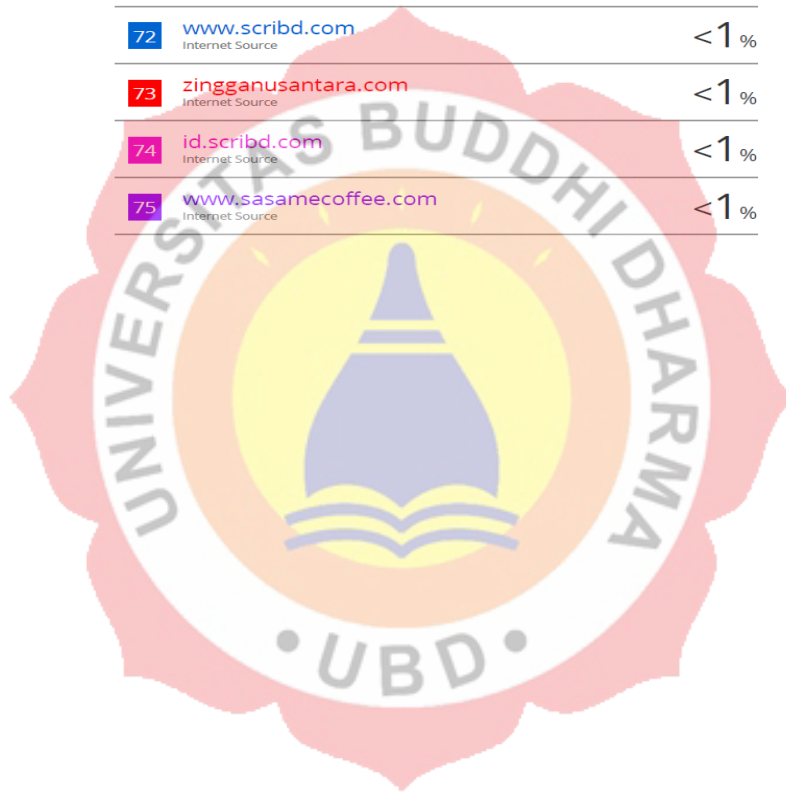
1	jurnal.staibslg.ac.id Internet Source	4%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
3	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	1%
4	repositori.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
5	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
7	adoc.tips Internet Source	1%
8	docobook.com Internet Source	1%
9	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
10	eprints.binadarma.ac.id Internet Source	<1%
11	kc.umn.ac.id Internet Source	<1%
12	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1%
13	majoo.id Internet Source	<1%
14	repositori.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
15	123dok.com Internet Source	<1%
16	repositori.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
17	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1%
18	repositori.unpas.ac.id Internet Source	<1%
19	www.journal.unbara.ac.id Internet Source	<1%
20	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	<1%
21	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1%

22	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
23	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
24	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
25	nurseammar.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	ejournal.uluwiyah.ac.id Internet Source	<1 %
27	Submitted to unars Student Paper	<1 %
28	Submitted to Myongji University Graduate School Student Paper	<1 %
29	docplayer.info Internet Source	<1 %
30	lombok.tribunnews.com Internet Source	<1 %
31	repository.uir.ac.id Internet Source	<1 %
32	Anisa Herawaty. "LOYALITAS KONSUMEN : PERAN CITRA MEREK PASMIRA DI GRESIK", PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi), 2018 Publication	<1 %
33	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
34	id.123dok.com Internet Source	<1 %
35	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
36	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	<1 %
37	idruscastello.blogspot.com Internet Source	<1 %
38	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %
39	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
40	Submitted to Universitas Negeri Manado Student Paper	<1 %
41	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
42	eprints.ubhara.ac.id Internet Source	<1 %
43	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
44	repository.uinjkt.ac.id	

	Internet Source	<1 %
45	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
46	ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1 %
47	perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id Internet Source	<1 %
48	repo.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
49	sportfarjam.com Internet Source	<1 %
50	www.indonesiabox.com Internet Source	<1 %
51	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
52	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
53	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
54	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
55	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
56	santara.co.id Internet Source	<1 %
57	www.kompas.com Internet Source	<1 %
58	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
59	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
60	eprints.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
61	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
62	indoprmbon.com Internet Source	<1 %
63	moam.info Internet Source	<1 %
64	ppm-poltekkeskemenkesbanjarmasin.com Internet Source	<1 %
65	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
66	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA	<1 %

SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019
Publication

67	issuu.com Internet Source	<1 %
68	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
69	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
70	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
71	worldinindonesian.blogspot.com Internet Source	<1 %
72	www.scribd.com Internet Source	<1 %
73	zingganusantara.com Internet Source	<1 %
74	id.scribd.com Internet Source	<1 %
75	www.sasamecoffee.com Internet Source	<1 %



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama Lengkap : David

Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 01 Agustus 2023

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : David

Kewarganegaraan : Indonesia

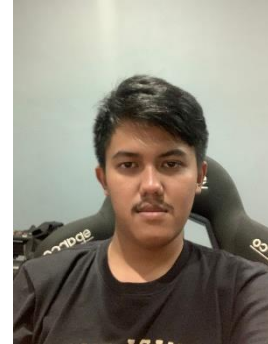
Alamat : Jl. Gama 3 No.4, Cimone Permai, Karawaci Kota
Tangerang, Banten

Nomor telepon : 085893485289

IPK : 3,60

Riwayat Pendidikan :

- SD Citra Kasih Tangerang.
- SMPN 20 Kota Tangerang.
- SMK 4 Kota Tangerang.
- Universitas Buddhi Dharma.





KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180400014
Nama Mahasiswa : DAVID
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Ganjil
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA BARISTA
OMALIA COFFEE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
PELANGGAN

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-08-26	PENENTUAN JUDUL	h
2022-09-02	PENGAJUAN JUDUL	h b
2022-09-06	PENGAJUAN BAB 1	h b
2022-09-22	REVISI LATAR BELAKANG MASALAH BAB 1	b
2022-10-05	ACC LATAR BELAKANG DAN BAB 1 BESERTA PENGAJUAN BAB 2	b b
2022-10-10	REVISI BAB 2	b b
2022-10-19	ACC BAB 2 DAN PENGAJUAN BAB 3	b b
2022-10-26	REVISI BAB 3 PARADIGMA PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	b b
2022-11-15	ACC BAB 3 DAN PENGAJUAN BAB 4	b b
2022-11-20	PENGAJUAN DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA	b b
2022-12-18	PENYERAHAN HASIL WAWANCARA DAN PENGAJUAN BAB 4	b b
2023-01-03	ACC BAB 4 DAN PENGAJUAN BAB 5 BESERTA LAMPIRAN	b b
2023-01-27	ACC FINAL DAN LANJUT SIDANG	b b

Mengetahui

Ketua Program Studi

Galuh Kusuma Hapsari, M.I.Kom.
SOSIAL DAN HUMANIORA

Tangerang, 14 March 2023

Pembimbing

Suryadi Wardiana, M.I.Kom