

## **ABSTRAK**

Komunikasi interpersonal berperan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Bentuk komunikasi ini sering disebut sebagai soft skill dasar yang harus dimiliki, karena dapat menunjang kehidupan seseorang dalam berbagai hal seperti hubungan dengan manusia lain, dunia pendidikan dan dunia kerja (Supardan, 2008). Penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi Siliwangi yang berlokasi di Kota Bandung. Banyaknya kedai kopi di kota-kota besar menjadikan persaingan dalam bisnis ini semakin ketat. Komunikasi interpersonal yang baik antara barista sebagai pekerja kedai kopi dengan pelanggan harus dilakukan seefektif mungkin, karena lima aspek efektivitas komunikasi interpersonal dengan pendekatan humanistik, mampu merubah sikap dan perilaku seseorang (De Vito, 1997), dalam penelitian ini adalah meningkatkan loyalitas pelanggan. Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan barista dan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dua barista memiliki sebagian besar aspek efektivitas komunikasi interpersonal. Indra Hadiwibowo sebagai barista sekaligus Head Bar, memiliki empat dari lima aspek yaitu keterbukaan, mendukung, positif dan kesetaraan, kecuali empati. Muhammad Helmi Rahmansyah sebagai barista, memiliki tiga dari lima aspek yaitu keterbukaan, positif dan kesetaraan, kecuali empati dan mendukung.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Efektivitas Komunikasi Interpersonal, Kedai Kopi, Loyalitas Pelanggan