

## **ABSTRAK**

Kedai kopi atau *Coffee Shop* di Indonesia telah berkembang pesat dan marakdimana-mana, tidak terkecuali di kota Tasikmalaya. Saat ini terdapat lebih dari 20 kedai kopi yang sudah memulai bisnisnya, ada yang baru merintis dan ada juga yang sudah memiliki nama besar. Peneliti melakukan penelitian pada salah satu kedai kopi yaitu Kedai kopi Taruh. Dengan banyaknya ragam pelayanan minuman berbasis kopi tentunya akan memiliki banyak pesaing. Persaingan pemasaran tersebut dapat dilihat di masing-masing kedai kopi dengan menawarkan menu terutama minuman kopi dan berbagai strategi yang digunakan dalam menarik pelanggan. Semakin banyak kedai kopi maka semakin tinggi juga persaingannya, dalam hal tersebut maka pemilik kedai kopi harus menciptakan strategi semenarik mungkin agar pelanggan atau konsumen semakin meningkat dan semakin bertahan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengambil data dengan melakukan wawancara kepada empat narasumber diantaranya ada narasumber utama yaitu barista, dan juga ada narasumber pendukung yaitu Konsumen yang sering berkunjung ke Kedai Kopi Taruh. Barista dan Konsumen di Kedai Kopi Taruh memiliki pendapat tersendiri mengenai Kedai Kopi Taruh. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat narasumber yang sudah di wawancara mengatakan bahwa Kedai Kopi Taruh memang memiliki daya Tarik tersendiri, daya Tarik yang dimaksud adalah Kedai Kopi Taruh sangat memahami dan menjalani SOP yang berlaku. Sehingga konsumen yang datang pun menjadi konsumen yang loyal. Barista Kedai Kopi Taruh selalu menyambut konsumennya dengan ramah, senyum, sapa, salam, memberikan pelayanan yang terbaik.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Pelayanan Jasa, Kedai Kopi