**ABSTRAK**

**Skripsi yang berjudul “KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI STARBUCKS COFFEE” bertujuan untuk mengetahui respon konsumen terhadap pelayanan di Starbucks Coffee dan sejauh mana komunikasi interpersonal berpengaruh pada kepuasan konsumen tersebut.**

**Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kuantitatif dengan penggunaan teori hubungan antar manusia dari Barnard**, **Mayo**, **Roethlisherger**, **dan** **Dichson** **pada tahun 1930. Peneliti ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, angket, dan wawancara. Metode ini menyelidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data.**

**Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa konsumen Starbucks Coffee telah merasa puas dengan pelayanan café tersebut. Namun kepuasan konsumen bukan hanya dari pelayanan saja melainkan dari produk dan fasilitas yang mendukung. Tetapi secara kesulurhan konsumen menyatakan setuju dan puas dengan apa yang ditawarkan dan diberikan oleh Starbucks Coffee.**

**Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan starbucks coffee baik dan dapat memuaskan konsumen. Dengan begitu komunikasi interpersonal didalamnya sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Komunikasi interpersonal dapat dikatakan mampu meningkatkan penjualan di Starbcks Coffee.**

***ABSTRACT***

 ***The thesis, entitled "INTERPERSONAL COMMUNICATION IN INCREASING CUSTOMER SATISFACTION IN STARBUCKS COFFEE" aims to find out the consumer's response to the service at Starbucks Coffee and the extent to which interpersonal communication has an effect on consumer satisfaction.***

 ***The method in this study used descriptive quantitative analysis method with the use of human relations theory from Barnard, Mayo, Roethlisherger, and Dichson in 1930. This researcher used data collection techniques in the form of observation, questionnaires, and interviews. This method investigates by collecting data, processing, analyzing, and interpreting data.***

 ***The results of this study prove that Starbucks Coffee consumers have been satisfied with the café service. But customer satisfaction is not only from service but from supporting products and facilities. But in general, consumers expressed agreement and were satisfied with what Starbucks Coffee offered and provided.***

 ***The conclusion of this study shows that the quality of Starbucks coffee service is good and can satisfy consumers. Thus interpersonal communication in it is very influential on customer satisfaction. Interpersonal communication can be said to increase sales at Starbcks Coffee.***

***RINGKESAN***

 ***Skripsi dijudulan "Komunikasi interpersonal di ngaronjatkeun kapuasan konsumen di Starbucks Coffee" boga tujuan pikeun nangtukeun respon konsumen kana layanan dina Starbucks Coffee na pangaruh komunikasi interpersonal on kapuasan customer.***

 ***Metodeu dina ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif analisis kuantitatif jeung pamakéan téori Hubungan manusa ti Barnard, Mayo, Roethlisherger, sarta Dichson dina 1930. penyidik ​​ieu dipaké téhnik pendataan kayaning observasi, questionnaires jeung wawancara. Metoda ieu ditalungtik ku cara ngumpulkeun data, prosés, nganalisis, jeung napsirkeun data***

 ***Hasil ulikan ieu ngabuktikeun yén pamakéna Starbucks Coffee geus wareg jeung kafé jasa. Tapi kapuasan customer teu ukur ngeunaan jasa tapi ogé tina produk na fasilitas nu ngarojong. Tapi pamakéna kesulurhan satuju jeung nu wareg jeung naon anu ditawarkeun jeung disadiakeun ku Starbucks Coffee.***

 ***Kacindekan ulikan ieu nunjukkeun yén Starbucks kualitas layanan kopi téh alus tur tiasa nyugemakeun konsumen. Cara nu nu komunikasi interpersonal bener mangaruhan kapuasan customer. komunikasi interpersonal tiasa nyarios nambahan jualan di Starbcks Coffee.***

***.***