

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Dicky Nurcahyo

2013 053 0378

Komunikasi Persuasif pada Kedai Kopi Omah Kopi Omah S'dulur dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Tahun 2018

Tahun : 2018 + 95 Halaman + 24 Gambar

Daftar Pustaka : 29 Buku + 5 Jurnal + 1 Sumber Online

Komunikasi persuasif merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukukan untuk mempengaruhi komunikan yang tidak menyadari bahwa ada tujuan mendasar dari komunikator untuk mempengaruhi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pemilik Omah Kopi Omah S'dulur untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan objek penelitian salah satu kedai kopi sederhana yang ada Yogyakarta, Omah Kopi Omah S'dulur. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini pun terdiri dari observasi, dokumentasi, serta wawancara. Dengan informan yang merupakan pemilik dari Omah Kopi Omah S'dulur, serta beberapa pelanggan setianya.

Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang ada, peneliti kemudian menemukan beberapa hal. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pemilik Omah Kopi Omah S'dulur mampu menjadi alat promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, dimana pemilik kedai kopi mencoba mengandalkan citarasa kopi nusantara dan membangun pengalaman pelanggannya dengan suasana kedai kopi seperti dirumah. Untuk memulai komunikasi persuasif yang efektif, Pemilik kedai kopi biasa memulainya dengan pendekatan personal seperti menyapa dan menanya kan kabar dari pelanggannya yang sudah loyal datang ke Omah Kopi Omah S'dulur.

Kata kunci : Komunikasi Persuasif, Loyalitas Pelanggan, dan Perilaku Konsumen

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Communication Sciences Department

Public Relations Concentration

Dicky Nurcahyo

2013 053 0378

Persuasive Communication at Coffee Shop Omah Kopi Omah S'dulur in Maintaining Customer Loyalty Year 2018

Year: 2017 + 95 Pages + 26 Images

Bibliography: 29 Books + 5 Journals + 1 Online Resources

Persuasive communication is a communication activity performed to influence the communicant who does not realize that there is a fundamental purpose of the communicator to influence. Therefore, the purpose of this study was to analyze the influence of persuasive communication conducted by Omah Kopi Omah S'dulur owner to maintain customer loyalty.

By using a qualitative descriptive research method with the object of research in one of the simple coffee shops in Yogyakarta, Omah Kopi Omah S'dulur. Data collection techniques used in this study also consisted of observation, documentation, and interviews. With informants who are the owners of Omah Kopi Omah S'dulur, and some of Omah Kopi Omah S'dulur's loyal customers.

Based on the results of the analysis of the available data, the researchers then found several things. Persuasive communication by Omah Kopi Omah S'dulur owners was able to become a promotional tool to attract more new customers, where the owners tried to rely on the taste of the archipelago coffee and build their customer experience with the atmosphere of a coffee shop like at home. To start the effective persuasive communication, owner usually started with a personal approach, such as greeting and asking news from loyal customers who come to Omah Kopi Omah S'dulur.

Keywords: Persuasive Communication, Customer Loyalty, and Consumer Behavior