



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

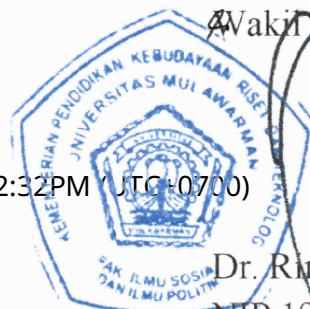
The first page of your submissions is displayed below.

19%

SIMILARITY INDEX

Submission author: Nazliah Mihada Marwah
Assignment title: JURNAL
Submission title: KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARBERMAN DALAM MENIN...
File name: 1802055071_ilkom_ejournal_Nazliah_Mihada_Marwah_1.doc
File size: 162K
Page count: 17
Word count: 4,416
Character count: 29,828
Submission date: 08-Jul-2024 02:32PM (UTC+0700)
Submission ID: 2413809800

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP.198104172005012001

eJournal Ilmu Komunikasi, 2024, 12 (4): 250 - 264
ISSN (Cetak) 2502-5961, 2502-597X (Online), ejournal.ikom.fkip-unmul.ac.id
© Copyright©2024

KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARBERMAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI BOHEMIAN'S BARBER

Nazliah Mihada Marwah¹ Kadek Dristiana Dwivayani²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal barberman dalam meningkatkan loyalitas konsumen di Bohemians Barber. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada 3 informan utama barberman dan 3 informan tambahan customer. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, pengurangan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan loyalitas konsumen di Bohemians Barber dengan fokus penelitian yang ditetapkan menggunakan teori komunikasi interpersonal.

Kata Kunci: Komunikasi interpersonal, penetrasi sosial, loyalitas pelanggan.

Pendahuluan

Produk berupa jasa bisa ditemukan di mana pun, dan cenderung memiliki bentuk penyaluran yang bersifat langsung kepada konsumen. Pada bisnis produk, perusahaan mengutamakan kualitas pada produksinya dan dalam bisnis jasa perusahaan mengutamakan pada pelayanan jasa yang baik, dengan berbagai terobosan dalam pelayanannya. Itu sebab persaingannya terbilang ketat, karenaselain menghadirkan bermacam produk dan pelayanan, aspek dan lingkup usahanya terbilang luas ketimbang jenis usaha lainnya. Dengan demikian, mesti ada metode pengelolaan bisnis yang tepat dan berorientasi pada perkembangan pasar juga selera konsumen yang terus berubah setiap saatnya.

Komunikasi adalah salah satu fondasi paling utama dalam aktivitas manusia tidak terkecuali pada kegiatan bisnis. Komunikasi memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu bisnis guna perusahaan dapat mencapai keberhasilan dari bisnis tersebut. Komunikasi bisnis yang digunakan dalam dunia bisnis sebagaimana

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.Email: nazliahmhadamarwah@gmail.com

² Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.