ABSTRAK

Komunikasi *interpersonal* menjadi aspek penting dalam kegiatan usaha kuliner yang melibatkan interaksi langsung antara penjual dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pola komunikasi *interpersonal* yang diterapkan oleh Syifa Catering dalam membangun hubungan serta loyalitas pelanggan di Ahad Festival Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih secara purposive, yang terdiri dari owner Syifa Catering, pekerja, serta beberapa pelanggan yang secara rutin melakukan pembelian di Ahad Festival. Data penelitian dianalisis untuk memahami proses komunikasi *interpersonal* yang terjadi dalam aktivitas pelayanan sehari-hari, serta perannya dalam membentuk hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *interpersonal* yang diterapkan oleh Syifa Catering berlangsung secara langsung, terbuka, dan menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh pelanggan. Pola komunikasi yang terjalin tidak hanya berfokus pada proses transaksi, tetapi juga membangun kedekatan melalui sikap ramah, empati, dan konsistensi dalam pelayanan. Berdasarkan perspektif teori komunikasi *interpersonal* Griffin, komunikasi yang diterapkan oleh Syifa Catering telah mencerminkan unsur keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan dalam interaksi dengan pelanggan. Pola komunikasi tersebut berkontribusi dalam menumbuhkan rasa percaya, kenyamanan, serta kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi *interpersonal* yang efektif menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan dengan pelanggan dan mendukung keberlanjutan usaha Syifa Catering di lingkungan Ahad Festival Lhokseumawe.

Kata kunci: komunikasi *interpersonal*, loyalitas pelanggan, UMKM, Syifa Catering, Ahad Festival