

## ABSTRAK

Perkembangan jaman saat ini terus terjadi, adanya perubahan dari generasi ke generasi terus terjadi dan memiliki laju yang sangat pesat, hal ini pun terjadi dalam bisnis penyajian makanan dan minuman di mulai dari skala kecil, skala menengah dan skala besar, salah satunya ada penyedia kopi atau dapat kita sebut sebagai coffee shop. Maraknya bisnis kopi di Indonesia membawa para pebisnis untuk terus menemukan inovasi maupun strategi bisnis yang perlu mereka terapkan sehari-hari. Dan juga adanya peningkatan persaingan tiap tahun dan masa akan datang mengharuskan para pebisnis mengetahui cara agar konsumennya memiliki rasa minat pembelian ulang atau repurchase intention sebagai salah satu tolok ukur keberlangsungan suatu bisnis juga dapat diukur berdasarkan dari customer yang puas akan pelayanan barista di Authentic Coffee Shop yang telah dibekali pengetahuan atas konsumen yang mereka layani. *Customer Relations* yang dimiliki sebuah perusahaan dapat dikatakan sebagai ujung tombak yang akan berhadapan dengan customer secara langsung. Hubungan dengan pelanggan dapat menciptakan rasa diperhatikan, di hargai dan dipentingkan yang dirasakan oleh para customer. Menariknya dalam topik tentang *customer relations* yang dilakukan barista-barista di Authentic Coffee tersebut, berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penelitian yang mengangkat topik mengenai pengaruh *customer relations* di Authentic Coffee Shop yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan minat pembelian kembali pada pelanggan Authentic Coffee Shop

**Kata Kunci :** Komunikasi pemasaran, marketing hubungan masyarakat, hubungan dengan customer, manajemen hubungan pelanggan, kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, coffee shop, barista