

ABSTRAK

Filosofi Kopi Yogyakarta merupakan *coffeeshop* yang menggunakan konsep berbeda dengan *coffeeshop* lain karena kedai ini tidak memberikan fasilitas *Wi-Fi*, colokan listrik, lampu yang terang, ataupun ruangan yang diberikan *air conditioner*. Filosofi Kopi Yogyakarta melakukan ini agar para *customer* yang berkunjung kesini saling berinteraksi, baik itu antar *customer*, maupun antara *customer* dengan barista. Filosofi Kopi Yogyakarta menerapkan *personal selling* yang dilakukan oleh barista untuk menciptakan *customer engagement*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai penerapan *personal selling* pada barista untuk menciptakan *customer engagement* dan mengetahui faktor yang menghambat dan mendukung dalam penerapan *personal selling*. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui *interview*, observasi, dan studi pustaka. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber, dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil penelitian ini adalah penerapan *personal selling* barista di Filosofi Kopi Yogyakarta menggunakan enam langkah, yaitu persiapan, pelayanan, penjelasan, menangani keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut. Faktor yang menghambat dalam penerapan *personal selling* di Filosofi Kopi Yogyakarta yaitu habisnya produk, pengetahuan konsumen, kepribadian konsumen, kesalahan input, dan panjangnya antrian. Sedangkan faktor yang mendukung yaitu *event*, *filkop ride*, iklan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Melalui *personal selling* Filosofi Kopi Yogyakarta dapat menciptakan *customer engagement* dalam bentuk *consumption* dan *curation*.

Kata kunci : *Personal Selling*, Filosofi Kopi Yogyakarta, *Customer Engagement*