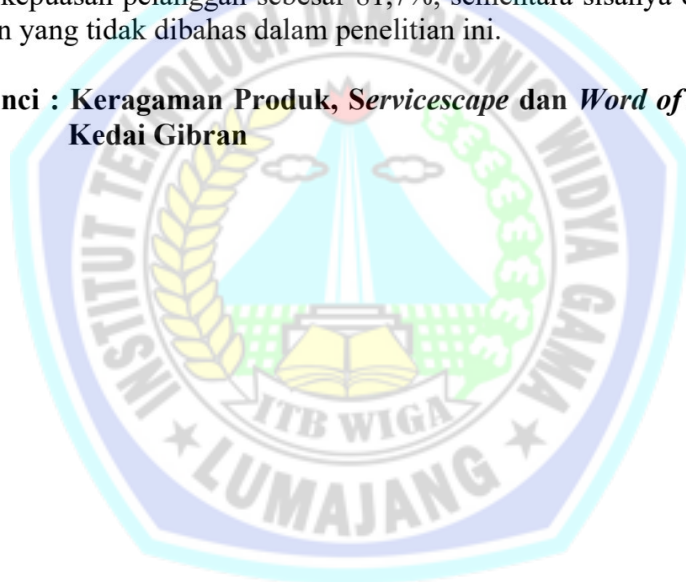


ABSTRAK

Kedai Gibran adalah sebuah kafe di Dusun Tulusrejo 2, Kecamatan Tempeh, Desa Tempeh Lor, Kabupaten Lumajang yang mengusung konsep sederhana dan berhasil menarik perhatian pelanggan dari berbagai latar belakang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis sejauh mana pengaruh keragaman produk, *servicescape*, serta komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*/WoM) terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gibran Tempeh Lor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 60 responden yang merupakan pelanggan tetap Kedai Gibran. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan data dikumpulkan melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa keragaman produk (X1), *servicescape* (X2), dan *Word of Mouth* (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 81,7%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keragaman Produk, *Servicescape* dan *Word of Mouth* (WoM), Kedai Gibran



ABSTRACT

Kedai Gibran is a café located in Dusun Tulusrejo 2, Tempeh Subdistrict, Tempeh Lor Village, Lumajang Regency, which adopts a simple concept yet successfully attracts customers from diverse backgrounds. This study aims to examine and analyze the extent of the influence of product diversity, servicescape, and word of mouth (WoM) communication on customer satisfaction at Kedai Gibran Tempeh Lor. A quantitative approach was used with 60 respondents who are regular customers of Kedai Gibran. The sampling technique applied was purposive sampling, and data were collected through direct observation and the distribution of questionnaires. Data analysis was carried out using multiple linear regression with SPSS version 24. The results show that product diversity (X1), servicescape (X2), and word of mouth (X3) each have a partially significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination test (R^2) indicates that the combination of these three variables explains 81.7% of the influence on customer satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors not examined in this Study.

Keywords: *Product Diversity, Servicescape, Word of Mouth (WoM), Kedai Gibran*

