

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI SYARAH BAKERY LINGKAR BARAT BENGKULU

Nova Afriany¹, Fajar Muhamad Fikri², Ardian Revaldo³, Moleka Ajwa⁴, Ferdiansyiah⁵

Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Email: nova02ap@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze strategies for enhancing brand image and service quality to improve customer satisfaction at Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu. To achieve this objective, the research employs a qualitative descriptive method using EFAS and IFAS analyses. The data analysis technique follows the Miles and Huberman model, consisting of three main stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that a strong brand image and high-quality service positively impact customer satisfaction at Syarah Bakery. Friendly and efficient service, along with products that consistently meet customer expectations, help reinforce positive perceptions of the brand. Additionally, competitive pricing significantly influences customers' purchasing decisions. Based on these findings, it is recommended that Syarah Bakery's management continues to enhance service quality and strengthen brand image through effective promotions and improved customer experiences. This approach can lead to higher customer satisfaction, ultimately increasing customer loyalty and Syarah Bakery's competitiveness in the market.

Keywords: Strategy, Brand image, Customer Service

PENDAHULUAN

Salah satu indikator utama keberhasilan bisnis di era persaingan modern adalah tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi tolok ukur bagi keberlanjutan usaha, tetapi juga mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi dan melampaui ekspektasi konsumennya. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan sebuah bisnis, terutama di sektor makanan dan minuman yang menghadirkan persaingan ketat. Syarah Bakery, sebagai salah satu pelaku usaha lokal di Lingkar Barat Bengkulu, memiliki tantangan untuk memastikan bahwa produk dan pelayanan yang diberikan dapat memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggannya. Dalam hal ini, dua faktor krusial yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah brand image dan kualitas pelayanan. Syarah Bakery yang berlokasi di Lingkar Barat Bengkulu menghadapi tantangan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui dua faktor utama: brand image dan kualitas pelayanan. Pentingnya kedua aspek ini sangat relevan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat posisi di tengah persaingan industri bakery yang semakin ketat.

Dalam industri kuliner, kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan bisnis. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas, memperkuat citra merek, dan meningkatkan daya saing bisnis di pasar. Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu, sebagai salah satu pelaku usaha di bidang bakery, memiliki tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya di tengah

persaingan yang semakin ketat. Brand image dan kualitas pelayanan adalah dua faktor kunci yang saling terkait dan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Brand image yang kuat menciptakan persepsi positif di benak konsumen, sementara kualitas pelayanan yang baik memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan selama berinteraksi dengan bisnis. Namun, berbagai tantangan sering muncul, seperti ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan pelayanan, kualitas produk yang fluktuatif, atau kurangnya inovasi dalam strategi promosi untuk memperkuat citra merek.

Brand image atau citra merek, memainkan peran krusial dalam memengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Citra merek yang positif tidak hanya membantu menarik perhatian pelanggan baru, tetapi juga menciptakan rasa percaya yang kuat dan hubungan emosional dengan pelanggan yang telah ada. Di industri bakery, di mana produk yang ditawarkan seringkali homogen, brand image yang kuat dapat menjadi pembeda utama. Pelanggan cenderung memilih bakery yang tidak hanya menawarkan rasa yang lezat, tetapi juga memiliki identitas merek yang mampu mencerminkan nilai, kualitas, dan keunikan. Namun, tantangan bagi Syarah Bakery adalah bagaimana menciptakan dan mempertahankan brand image yang menarik di tengah meningkatnya jumlah pesaing yang juga menawarkan produk serupa.

Brand image tidak hanya menjadi cerminan dari kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga mencerminkan nilai, kepercayaan, dan pengalaman pelanggan terhadap suatu merek. Syarah Bakery, sebagai salah satu usaha lokal di Bengkulu, memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama masyarakat melalui peningkatan citra merek yang positif. Namun, dalam menciptakan dan memperkuat *brand image*, tidak cukup hanya mengandalkan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang prima juga memegang peranan penting sebagai jembatan antara bisnis dan konsumen. Dengan tingginya ekspektasi konsumen terhadap pelayanan, Syarah Bakery perlu menerapkan strategi yang komprehensif dalam pengelolaan pelayanan pelanggan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan serta membangun loyalitas jangka Panjang (Pradini & Pratami, (2022).

Peningkatan *brand image* merupakan salah satu aspek krusial dalam strategi pemasaran modern, terutama di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Syarah Bakery di Bengkulu. Dalam era persaingan yang semakin kompetitif, pelanggan tidak hanya menilai produk berdasarkan kualitas dan harga, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman yang mereka rasakan selama berinteraksi dengan merek tersebut. Oleh karena itu, pelayanan pelanggan menjadi faktor kunci dalam membentuk citra positif perusahaan. Di tengah pertumbuhan industri bakery yang pesat di Bengkulu, kehadiran berbagai kompetitor menuntut Syarah Bakery untuk memiliki keunggulan kompetitif yang mampu menarik perhatian dan loyalitas pelanggan. Salah satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah memaksimalkan pelayanan pelanggan sebagai sarana untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan berkesan.

Sejalan dengan penelitian Ajjiah dkk menyatakan bahwa *brand image*, harga, dan kualitas produk secara langsung memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek yang positif dapat membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk, memotivasi mereka untuk memilih dan membeli. Selain itu, harga yang kompetitif dengan nilai yang sebanding dengan kualitas akan menarik lebih banyak pembeli, apalagi jika harga tersebut dirasa sesuai dengan manfaat atau keunggulan yang ditawarkan produk. Kualitas produk juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen, karena pengalaman yang memuaskan akan mendorong mereka untuk kembali membeli dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Keberhasilan menciptakan kombinasi yang tepat antara ketiga aspek ini akan meningkatkan penjualan dan reputasi merek di pasar (Ajjiah et al, 2023).

Brand image adalah citra atau gambaran yang terbentuk di benak konsumen mengenai suatu merek. Citra tersebut bisa terbentuk melalui pengalaman pribadi konsumen, informasi yang diterima konsumen, serta interaksi yang terjadi di antara keduanya. Dalam bisnis bakery, *brand image* sangat ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan, keandalan pelayanan, serta konsistensi dalam menyediakan produk yang sesuai dengan harapan. Untuk itu, penting bagi setiap pelaku usaha bakery untuk memahami bagaimana membangun *brand image* yang baik yang akan meningkatkan posisi mereka di pasar yang sangat kompetitif.

Brand image mencerminkan identitas dan persepsi yang tertanam dalam benak pelanggan terhadap suatu bisnis. Brand image yang kuat dapat menciptakan kepercayaan, loyalitas, dan daya tarik emosional terhadap produk yang ditawarkan. Namun, lemahnya brand image seringkali membuat pelanggan tidak memiliki alasan yang cukup untuk memilih suatu produk dibandingkan kompetitor. Hal ini dapat mengakibatkan berkurangnya tingkat kepuasan pelanggan karena keterbatasan koneksi emosional atau rasa percaya.

Selain brand image, kualitas pelayanan merupakan elemen esensial yang secara langsung memengaruhi pengalaman pelanggan. Dalam industri jasa seperti bakery, kualitas pelayanan tidak hanya terbatas pada interaksi langsung di toko, tetapi juga mencakup aspek lain seperti kenyamanan tempat, kecepatan layanan, keramahan staf, hingga kesesuaian produk dengan pesanan pelanggan. Pelayanan yang buruk dapat mengarah pada ketidakpuasan pelanggan, yang dalam jangka panjang dapat berdampak negatif pada reputasi bisnis dan loyalitas pelanggan. Syarah Bakery harus mampu memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan, sehingga pelanggan merasa dihargai dan memiliki alasan untuk kembali.

Kualitas pelayanan merupakan pengalaman langsung yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan produk atau layanan sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang buruk, seperti respon lambat, kurangnya keramahan, atau kesalahan dalam penyajian produk, dapat berkontribusi pada ketidakpuasan pelanggan dan merusak reputasi perusahaan. Syarah Bakery perlu menghadapi permasalahan ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten untuk memastikan pelanggan merasa dihargai dan nyaman selama bertransaksi.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pelanggan terhadap bisnis tersebut. Dalam industri makanan, kualitas pelayanan melibatkan berbagai aspek, mulai dari kelayanan, kecepatan layanan, hingga sikap ramah dan profesional dari setiap staf yang terlibat dalam transaksi. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan frekuensi kunjungan, serta membangun loyalitas yang semakin kuat terhadap merek tersebut. Sejalan dengan itu, dalam konteks Syarah Bakery, pelayanan yang cepat, efisien, serta disertai dengan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan akan mendorong terwujudnya *brand image* yang lebih baik (Pradini & Pratami, 2022).

Pelayanan pelanggan yang efektif tidak hanya sekadar memberikan informasi atau menangani keluhan, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat antara pelanggan dan bisnis. Pada masa kini, pelanggan tidak hanya mencari produk berkualitas tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyenangkan selama proses pembelian. dalam penelitian Caniago dkk menyatakan hubungan antara kualitas pelayanan, *brand image*, dan harga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang berkualitas tinggi memberikan pengalaman positif bagi konsumen, yang selanjutnya meningkatkan citra merek. Ketika konsumen merasa dihargai dan memperoleh layanan yang baik, mereka cenderung membentuk persepsi positif terhadap merek tersebut. *Brand image* yang kuat meningkatkan loyalitas konsumen dan menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan produk atau layanan. Selain itu, harga yang wajar dan sesuai dengan nilai yang diterima oleh konsumen juga berkontribusi pada

kepuasan. Kombinasi antara kualitas pelayanan yang prima, citra merek yang kuat, dan harga yang kompetitif akan meningkatkan kepuasan konsumen (Caniago et al, 2019)

Di tengah perkembangan bisnis yang semakin kompetitif, Syarah Bakery menghadapi tantangan untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya dan memenangkan hati pelanggan. Brand image yang kuat dan pelayanan yang berkualitas merupakan dua faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan loyal terhadap merek dan lebih sering melakukan pembelian, sementara pelanggan yang tidak puas bisa beralih ke kompetitor. Namun, saat ini masih ada kekhawatiran mengenai apakah brand image yang terbentuk oleh Syarah Bakery sudah cukup positif untuk mempertahankan minat pelanggan, serta apakah kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan

Strategi peningkatan *brand image* melalui pelayanan pelanggan harus dimulai dari pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini, Syarah Bakery dapat mengimplementasikan pendekatan berbasis data untuk mengidentifikasi pola preferensi dan perilaku konsumennya (Suherman et al, 2024). Dengan memahami apa yang menjadi prioritas pelanggan, bakery ini dapat merancang layanan yang lebih personal dan relevan. Penyediaan layanan konsultasi terkait pemilihan produk berdasarkan acara tertentu, seperti ulang tahun atau pernikahan, dapat menjadi nilai tambah yang membedakan Syarah Bakery dari kompetitornya. Selain itu, pelatihan staf yang berfokus pada peningkatan keterampilan komunikasi dan layanan dapat membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif dan berkesan.

Penggunaan teknologi juga memainkan peran penting dalam mendukung strategi peningkatan pelayanan pelanggan di Syarah Bakery. Di era digital seperti sekarang, pelanggan semakin terbiasa dengan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi. Oleh karena itu, pengembangan platform digital yang memungkinkan pelanggan untuk memesan produk secara online, memberikan ulasan, atau menyampaikan keluhan secara langsung dapat menjadi langkah efektif untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Platform ini tidak hanya mempercepat proses layanan, tetapi juga memberikan kesan profesional dan modern kepada pelanggan, sehingga secara tidak langsung memperkuat *brand image* Syarah Bakery. Pengelolaan media sosial yang aktif juga dapat membantu membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, seperti melalui program loyalitas, konten edukatif tentang produk, atau tanggapan cepat terhadap pertanyaan pelanggan.

Namun, peningkatan *brand image* melalui pelayanan pelanggan tidak hanya sebatas menyediakan layanan yang baik, tetapi juga melibatkan konsistensi dalam memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Konsistensi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas produk yang stabil, sikap staf yang ramah, hingga kecepatan dalam menangani keluhan. Dalam hal ini, komitmen seluruh elemen perusahaan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Syarah Bakery perlu memastikan bahwa visi dan misi perusahaan sejalan dengan upaya peningkatan kualitas layanan, sehingga setiap langkah strategis yang diambil dapat memberikan dampak positif terhadap citra merek.

Lebih lanjut, strategi pelayanan pelanggan juga harus mencerminkan nilai-nilai unik yang dimiliki oleh Syarah Bakery sebagai merek lokal di Bengkulu. Menonjolkan elemen budaya lokal dalam desain produk, kemasan, atau suasana toko dapat menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan Syarah Bakery dari kompetitor. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal, seperti kelompok ibu rumah tangga atau UMKM lainnya, dapat meningkatkan citra positif perusahaan sebagai bisnis yang peduli terhadap masyarakat sekitar. Pendekatan semacam ini tidak hanya membangun loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti menemukan bahwa adanya keluhan pelanggan terkait keterlambatan penyajian, kurangnya keramahan staf, serta kebutuhan untuk meningkatkan daya tarik visual produk dan tempat usaha. Selain itu, meningkatnya persaingan dengan bisnis bakery lain di Lingkar Barat Bengkulu menjadi tantangan tambahan yang memaksa Syarah Bakery untuk terus berinovasi, baik dalam menciptakan produk unggulan maupun dalam memberikan pelayanan berkualitas. Pelanggan saat ini memiliki akses lebih luas terhadap berbagai pilihan bakery, sehingga pengalaman yang tidak memuaskan akan dengan cepat mendorong mereka beralih ke kompetitor. Maka perlunya strategi peningkatan brand image dan kualitas pelayanan di Syarah Bakery perlu dievaluasi adalah keluhan pelanggan mengenai layanan, kompetisi yang semakin ketat dengan bakery lain di sekitar Lingkar Barat Bengkulu, serta perlunya inovasi yang lebih efektif dalam menciptakan kesan positif di mata pelanggan. Oleh karena itu, penting dilakukan analisis menyeluruh terhadap strategi yang saat ini dijalankan, agar dapat memberikan solusi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat posisi Syarah Bakery di pasar lokal.

Sejalan dengan penelitian Pradini dan Pratami menyatakan Untuk memahami lebih dalam, perlu dilihat bagaimana hubungan antara brand image, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan saling memengaruhi. Secara teoretis, brand image yang kuat dapat menciptakan harapan tinggi di benak pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. Namun, jika harapan tersebut tidak terpenuhi, kepuasan pelanggan akan terpengaruh secara negatif, yang pada akhirnya melemahkan kepercayaan terhadap brand image. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang konsisten dapat memperkuat brand image, karena pelanggan yang puas cenderung memberikan testimoni positif yang berkontribusi pada reputasi merek secara keseluruhan. Dengan demikian, pendekatan holistik diperlukan untuk memastikan kedua aspek tersebut berjalan seiring guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal (Pradini & Pratami, 2022).

Maka dari itu, berdasarkan data diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai Strategi Peningkatan Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu Dengan memahami kebutuhan pelanggan, memanfaatkan teknologi, menjaga konsistensi layanan, dan mencerminkan nilai-nilai lokal, Syarah Bakery dapat membangun citra merek yang kuat di tengah persaingan pasar. Di sisi lain, penting bagi perusahaan untuk terus melakukan evaluasi dan inovasi agar strategi yang diterapkan tetap relevan dengan perubahan kebutuhan pasar. Dengan demikian, Syarah Bakery tidak hanya mampu mempertahankan pelanggannya, tetapi juga menarik pelanggan baru yang dapat menjadi aset berharga bagi kelangsungan bisnis di masa depan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Brand image

Brand image, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan saling terkait erat dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Brand image adalah persepsi atau citra yang terbentuk di benak konsumen mengenai sebuah merek. Citra ini dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, pengalaman dengan pelayanan, serta kesan yang diterima dari pemasaran dan promosi. Sebuah brand image yang positif berkontribusi pada loyalitas konsumen dan membangun kepercayaan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Rahmawati et al, 2024). Di sisi lain, kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana sebuah perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang berkualitas tinggi tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam penyediaan produk, tetapi juga aspek interpersonal seperti keramahan, responsivitas, dan konsistensi. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi positif terhadap brand image, menjadikan pelanggan merasa dihargai dan puas. Sebuah merek yang memiliki reputasi kuat atas pelayanan yang baik akan memperoleh keuntungan dalam membentuk hubungan yang lebih erat dengan pelanggannya.

Brand image dibangun melalui berbagai elemen, seperti kualitas produk, komunikasi pemasaran, layanan pelanggan, desain visual, hingga pengalaman yang diberikan oleh perusahaan. Elemen-elemen ini secara kumulatif menciptakan kesan positif atau negatif di benak pelanggan. Misalnya, merek yang secara konsisten menawarkan produk berkualitas, memberikan pelayanan ramah, dan menyampaikan pesan pemasaran yang autentik cenderung membentuk citra yang lebih baik dibandingkan merek yang kurang memperhatikan hal tersebut. Pentingnya brand image juga terletak pada kemampuannya menciptakan keunggulan kompetitif. Pelanggan tidak hanya membeli produk atau layanan, tetapi juga identitas dan nilai yang terkait dengan merek tersebut. Brand image yang kuat memungkinkan merek menjadi simbol kepercayaan dan kualitas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan serta membuka peluang pertumbuhan bisnis melalui rekomendasi dan pemasaran dari mulut ke mulut.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pelanggan adalah pintu gerbang pertama yang menghubungkan perusahaan dengan konsumennya. Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, cara sebuah perusahaan memperlakukan pelanggannya bisa menjadi pembeda utama antara kesuksesan dan kegagalan. Pelayanan yang ramah, cepat, responsif, dan personal sangat diperlukan agar pelanggan merasa dihargai dan puas. Meningkatkan *brand image* melalui pelayanan pelanggan berarti memperhatikan setiap titik interaksi dengan konsumen, mulai dari layanan pra-penjualan hingga purna-penjualan. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk melibatkan seluruh organisasi dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan (Sari, 2021).

Salah satu aspek penting dari pelayanan pelanggan yang dapat meningkatkan *brand image* adalah kecepatan respons terhadap permintaan atau keluhan. Pelanggan yang mendapatkan tanggapan cepat cenderung merasa dihargai dan penting, yang akan memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Selain itu, ketepatan informasi dan akurasi pelayanan juga sangat berpengaruh. Sebuah perusahaan yang mampu memberikan solusi yang tepat dan cepat terhadap permasalahan pelanggan dapat memperoleh reputasi yang solid dalam hal keandalan. Oleh karena itu, untuk memastikan pelayanan pelanggan yang efektif, penting bagi perusahaan untuk melatih karyawan dengan keterampilan komunikasi yang baik dan pemahaman mendalam tentang produk atau layanan yang ditawarkan (Sari, 2021).

Salah satu bentuk pelayanan yang tidak kalah penting adalah purna-penjualan, yang mencakup segala bentuk layanan yang diberikan kepada pelanggan setelah mereka membeli produk atau layanan. Pelayanan purna-penjualan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Di dunia digital saat ini, ulasan dari pelanggan dapat memiliki dampak yang luar biasa terhadap citra merek (Sektianingsih et al, 2019). Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan ulasan baik maupun buruk yang diberikan oleh pelanggan. Respons cepat terhadap ulasan negatif menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan perbaikan layanan. Sebaliknya, membiarkan ulasan negatif terabaikan hanya akan menurunkan reputasi merek. Mengapresiasi umpan balik positif dan menerapkan kritik yang konstruktif dapat menciptakan kesan positif

yang berkelanjutan di mata publik.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari keseluruhan pengalaman yang diterima oleh pelanggan selama berinteraksi dengan merek atau perusahaan. Kepuasan ini sangat dipengaruhi oleh kedua elemen brand image dan kualitas pelayanan. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali membeli produk atau menggunakan layanan tersebut dan berbagi pengalamannya dengan orang lain. Hal ini berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan baru. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dan brand image yang kuat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, dan membangun loyalitas jangka panjang.

Kepuasan ini tidak hanya berperan sebagai indikator keberhasilan perusahaan, tetapi juga menjadi fondasi untuk menciptakan hubungan jangka panjang antara bisnis dan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung menjadi loyal, memberikan ulasan positif, dan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, yang secara langsung berdampak pada reputasi serta keberlanjutan perusahaan.

Faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan sangat beragam, meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, dan kemudahan dalam proses pembelian atau penggunaan layanan. Kualitas produk menjadi elemen utama karena memastikan bahwa pelanggan mendapatkan nilai dari apa yang mereka beli. Sementara itu, kualitas pelayanan, seperti keramahan staf, kecepatan respons, dan kemampuan menangani keluhan, menjadi penentu penting dalam pengalaman pelanggan. Harga yang sesuai dengan nilai produk juga memengaruhi tingkat kepuasan, terutama ketika pelanggan merasa mendapatkan keuntungan yang sepadan.

Penelitian Yang Relevan

Tabel 1 Penelitian yang Relevan

Nama Penulis	Judul	Hasil
Pradini, G., & Pratami, F. (2022).	Dampak <i>Brand image</i> , Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Customer Di Oma Kopi DEPOK	<i>Brand image</i> , kualitas pelayanan, dan kualitas produk adalah tiga pilar utama yang saling mendukung dalam menciptakan loyalitas pelanggan. <i>Brand image</i> membangun persepsi positif, kualitas pelayanan menciptakan pengalaman memuaskan, dan kualitas produk memastikan kepercayaan pelanggan. Ketiganya meningkatkan loyalitas melalui kepuasan, kepercayaan, dan hubungan emosional dengan pelanggan.
Fatmawati, E., & Sismanto, A. (2020)	Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Syarah Bakery	Ada pengaruh antara kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.
Ajijah, N., Harini, D., &	Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas	Ada pengaruh signifikan antara brand image, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan

Nama Penulis	Judul	Hasil
Riono, S. B. (2023)	Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe)	pembelian.

Kerangka berpikir

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Peningkatan brand image dan kualitas pelayanan menjadi dua faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Brand image yang kuat membentuk persepsi positif pelanggan terhadap produk atau layanan, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan. Sementara itu, kualitas pelayanan yang baik memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Strategi peningkatan brand image dapat dilakukan melalui promosi, peningkatan kualitas produk, serta penguatan identitas merek, sedangkan kualitas pelayanan dapat ditingkatkan melalui pelatihan karyawan, responsif terhadap keluhan, dan penerapan standar layanan yang konsisten. Kedua elemen ini saling terkait, di mana peningkatan brand image berkontribusi dalam menciptakan kesan positif tentang perusahaan di mata pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan mereka. Kepuasan pelanggan yang tercapai melalui pelayanan yang memadai dan pengalaman yang menyenangkan akan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian ulang dan pembentukan loyalitas pelanggan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam fenomena yang terjadi terkait strategi peningkatan *brand image* melalui pelayanan pelanggan di Syarah Bakery Bengkulu. Penelitian ini berfokus pada penggambaran dan pemahaman terhadap situasi yang terjadi berdasarkan data empiris yang dikumpulkan langsung dari lapangan. Pendekatan ini relevan untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif mengenai persepsi, pengalaman, dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Syarah Bakery.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi dan wawancara. Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati interaksi antara pelanggan dan staf Syarah Bakery, termasuk proses pelayanan yang diberikan, suasana toko, serta perilaku pelanggan. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen pelayanan yang berkontribusi pada pembentukan *brand image*. Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik, staf, dan pelanggan Syarah Bakery. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait strategi yang diterapkan dalam meningkatkan *brand image*, tantangan yang dihadapi, serta pandangan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Panduan wawancara disusun secara terstruktur namun fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik-topik yang relevan selama proses

wawancara (Anggito & Setiawan, 2018).

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Proses analisis ini melibatkan tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilah, menyederhanakan, dan menyaring data mentah yang diperoleh dari observasi dan wawancara agar lebih fokus pada isu-isu yang relevan dengan penelitian. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk matriks, diagram, atau narasi deskriptif untuk mempermudah pemahaman serta mengidentifikasi pola-pola atau hubungan yang signifikan.

Setelah data disajikan, tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis untuk merumuskan temuan-temuan penelitian yang berkaitan dengan strategi peningkatan *brand image* di Syarah Bakery (Rukin, 2019). Penerapan analisis IFAS dan (*Internal Factors Analysis Summary*) EFAS dalam penelitian ini akan menjadi elemen penting untuk menilai faktor-faktor internal yang mendukung atau menghambat strategi yang diimplementasikan di Syarah Bakery. Dalam analisis IFAS, fokusnya adalah pada identifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, baik dari segi *brand image* maupun kualitas pelayanan. Faktor-faktor seperti loyalitas pelanggan, keunikan produk, komunikasi yang efektif, serta keterampilan dan sikap karyawan dalam memberikan pelayanan akan dievaluasi untuk melihat apakah faktor-faktor tersebut berkontribusi positif terhadap peningkatan citra merek dan kepuasan pelanggan.

Setelah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal yang ada, peneliti juga akan menggunakan analisis eksternal untuk menyelaraskan strategi yang harus diimplementasikan, dengan mempertimbangkan tren pasar dan kebutuhan pelanggan yang berkembang. Peneliti akan mencatat bagaimana Syarah Bakery dapat mengatasi kelemahan internal, seperti kurangnya promosi atau ketidaksesuaian harga dengan kualitas, serta bagaimana memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya seperti produk yang konsisten dan layanan pelanggan yang ramah. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan untuk memperkuat *brand image* dan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis IFAS DAN EFAS, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi manajemen Syarah Bakery untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang dapat memperkuat *brand image* dan kualitas pelayanan serta mendorong kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN

Profil Syarah Bakery

Sejak berdiri pada tahun 2017, Syarah Bakery telah mencatatkan dirinya sebagai pusat cake dan bakery terbaik di Bengkulu dan sekitarnya. Meskipun telah mengembangkan reputasi sebagai penyedia berbagai produk olahan durian berkualitas, tantangan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan *brand image* dalam persaingan pasar yang semakin ketat tetap menjadi agenda utama perusahaan. Oleh karena itu, meningkatkan *brand image* melalui pelayanan pelanggan menjadi salah satu strategi vital bagi Syarah Bakery. Dalam hal ini, pelayanan pelanggan tidak hanya mencakup aspek ketersediaan produk yang baik, namun juga melibatkan pengalaman pelanggan, yang mencakup interaksi yang terjadi di setiap titik sentuh dengan Perusahaan (Syarahbakery.com, 2025).

Syarah Bakery mengedepankan produk berbasis durian, sebuah bahan makanan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pecinta kuliner di Bengkulu. Seiring dengan kebijakan untuk menyajikan produk halal dan berkualitas, bakery ini tidak hanya memproduksi varian produk yang umum seperti roti dan kue, tetapi juga fokus pada produk khas durian, seperti mille crepes durian, pancake durian, bolen durian, hingga bolu lapis durian. Produk-produk inovatif ini membedakan Syarah Bakery dari toko bakery lainnya di wilayah Bengkulu, yang

umumnya lebih mengutamakan rasa dan jenis produk kue yang lebih umum. Namun, tidak hanya soal produk yang menjadi fokus, Syarah Bakery juga menjalin kemitraan dengan berbagai UMKM lokal untuk memperluas jangkauan produk mereka. Ini menunjukkan bahwa Syarah Bakery ingin berbagi sukses dengan mempromosikan produk-produk lokal lainnya, yang pada gilirannya dapat memberikan nilai lebih bagi pelanggan yang mendukung produk tersebut (Rahmawati et al, 2024).

Syarah Bakery berkomitmen untuk memberikan produk dan pelayanan yang prima, Syarah Bakery dikenal luas sebagai pilihan utama bagi pecinta kuliner, khususnya olahan berbahan dasar durian. Dengan slogan "Lezat Tiada Henti, Andalan Keluarga di Setiap Momen," Syarah Bakery menjadi pilihan yang sangat tepat untuk mereka yang menginginkan hidangan manis dan lezat di berbagai acara penting. Yang membedakan Syarah Bakery dengan toko roti lainnya adalah spesialisasinya dalam menghadirkan berbagai produk berbahan dasar durian yang memikat selera. Durian, buah tropis dengan rasa khas dan aroma yang kuat, memang menjadi primadona di berbagai olahan kuliner. Di Syarah Bakery, durian diolah menjadi aneka produk yang tak hanya lezat tetapi juga memikat banyak hati. Beberapa produk unggulan mereka antara lain Mille Crepes Durian, Pancake Durian, Bolen Durian, serta berbagai varian cake, bolu lapis durian, dan roti isi durian (Syarahbakery.com, 2025).

Mille Crepes Durian di Syarah Bakery sangat digemari oleh pengunjung. Dengan lapisan tipis crepes yang lembut dan dipadu dengan krim durian yang kaya rasa, dessert ini menawarkan tekstur yang pas serta cita rasa yang tak tertandingi. Selain itu, Pancake Durian juga menjadi pilihan yang banyak dicari, dengan kelembutannya yang luar biasa dan paduan rasa manis alami durian. Bagi mereka yang menyukai roti, Bolen Durian dengan isian durian yang lezat dan renyah luar dalam juga layak dicoba. Keunikan ini menjadikan Syarah Bakery sebagai tempat yang sangat dicari bagi mereka yang menginginkan sesuatu yang berbeda, dengan rasa yang selalu memberikan kesan mendalam. Di Syarah Bakery, setiap produk tidak hanya diracik dengan bahan-bahan pilihan dan penuh ketelitian, tetapi juga dipastikan bahwa segala sesuatu yang dijual memiliki kualitas yang tinggi, halal, dan aman dikonsumsi oleh semua kalangan. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa Syarah Bakery mendapatkan kepercayaan masyarakat Bengkulu (Syarahbakery.com, 2025).

Analisis SWOT Strategi Peningkatan *Brand Image* Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu perusahaan dalam merencanakan strategi bisnis. Di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu, penerapan analisis SWOT sangat penting untuk menentukan arah strategi yang dapat meningkatkan brand image dan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan.

1. Kekuatan (Strengths)

Syarah Bakery memiliki sejumlah kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan brand image dan kualitas pelayanan. Salah satu kekuatan terbesar adalah kualitas produk yang konsisten. Dengan bahan baku pilihan dan proses pembuatan yang terjaga dengan baik, Syarah Bakery berhasil menciptakan produk yang digemari dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Produk roti dan kue yang tersedia di bakery ini dikenal memiliki rasa yang enak, tekstur yang sesuai dengan selera pasar, serta keberagaman produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, brand image yang telah dikenal di masyarakat lokal menjadi kekuatan signifikan. Sebagai salah satu bakery yang populer di Bengkulu, Syarah Bakery memiliki citra positif yang dapat digunakan sebagai landasan untuk pengembangan lebih lanjut. Kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang diberikan menjadikan merek ini lebih kuat dan dikenali, yang berpotensi untuk menarik

pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan lama. Pelayanan yang ramah dan personal juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang tercermin pada tingkat kepuasan yang tinggi.

Keunggulan lain dari Syarah Bakery terletak pada lokasi strategisnya yang dapat diakses oleh banyak pelanggan. Dengan adanya cabang di Lingkar Barat, Syarah Bakery mampu menjangkau wilayah yang padat penduduk dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Akses yang mudah akan mendorong pelanggan untuk datang, berbelanja, dan meningkatkan hubungan antara bakery dan konsumen. Selain itu, Syarah Bakery memiliki fasilitas yang memadai untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang berkunjung, seperti tempat yang nyaman dan bersih untuk menikmati produk.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Meskipun memiliki berbagai kekuatan, Syarah Bakery juga menghadapi beberapa kelemahan yang harus diatasi untuk memperkuat brand image dan kualitas pelayanan. Salah satu kelemahan yang ada adalah kurangnya intensitas dalam promosi, yang berdampak pada belum optimalnya penyebaran informasi mengenai produk dan kualitas layanan bakery kepada masyarakat. Promosi yang terbatas dan kurang terfokus dapat menyulitkan brand image untuk berkembang secara maksimal. Kelemahan lain terletak pada ketergantungan pada kualitas pelayanan yang mungkin tidak selalu konsisten. Meskipun sebagian besar waktu pelayanan Syarah Bakery cukup efisien, pada saat-saat tertentu, terutama saat jam sibuk, terjadi keterlambatan dalam pengolahan pesanan, yang berpotensi menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Hal ini bisa memperburuk citra kualitas layanan yang ingin dibangun oleh bakery tersebut.

Selain itu, meskipun lokasi toko sudah strategis, fasilitas parkir yang terbatas dapat menjadi salah satu kendala bagi pelanggan, khususnya pada jam-jam sibuk. Pelanggan yang membawa kendaraan pribadi mungkin merasa kurang nyaman, dan beberapa orang dapat mengalihkan perhatian mereka pada pesaing dengan fasilitas yang lebih memadai. Syarah Bakery juga terkadang dihadapkan pada fluktuasi kualitas produk. Kondisi tertentu, seperti pasokan bahan baku yang tidak stabil, kadang-kadang mempengaruhi kualitas produk yang disajikan. Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yang optimal, kualitas produk harus terjaga secara konsisten, yang tidak hanya bergantung pada keahlian pembuatnya, tetapi juga pada faktor-faktor eksternal yang mendukung.

3. Peluang (Opportunities)

Syarah Bakery memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan brand image dan kualitas pelayanannya. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kegiatan promosi melalui berbagai platform seperti media sosial, influencer, atau iklan digital yang semakin banyak diakses oleh masyarakat. Strategi digital marketing dapat membantu menjangkau pelanggan yang lebih luas dan mendunia, bahkan melibatkan pemasaran berbasis konten dengan menampilkan testimoni pelanggan atau informasi menarik seputar produk bakery. Melalui promosi yang lebih agresif, brand image dapat diperkuat lebih jauh dan dikenal lebih luas di luar lingkup pasar lokal. Selain itu, memanfaatkan tren konsumen yang semakin sadar akan kesehatan juga merupakan peluang yang sangat menguntungkan. Dengan menawarkan produk roti dan kue sehat, rendah gula, atau bebas gluten, Syarah Bakery dapat menarik segmen pasar baru yang peduli dengan pola makan sehat. Inovasi dalam produk yang mengutamakan aspek kesehatan ini bisa memberikan keunggulan kompetitif yang lebih besar di pasar. Peluang lainnya terletak pada pengembangan layanan antar (delivery) yang semakin digemari oleh pelanggan yang sibuk atau tidak dapat berkunjung ke tempat fisik bakery. Dengan memperluas channel distribusi

produk dan memanfaatkan teknologi yang mendukung kemudahan berbelanja, Syarah Bakery bisa meningkatkan penjualannya serta memberikan pengalaman layanan yang lebih baik bagi pelanggan.

4. Ancaman (Threats)

Selain berbagai peluang, terdapat juga ancaman yang harus diperhatikan oleh Syarah Bakery. Salah satu ancaman terbesar adalah persaingan yang semakin ketat dari bakeries lain maupun bisnis roti dan kue dengan harga yang lebih murah, yang dapat mengurangi pangsa pasar Syarah Bakery. Sebagai bagian dari industri makanan, bakery ini juga harus bersaing dengan berbagai kedai kue dan franchise yang telah memiliki jaringan luas serta pengalaman berpromosi secara masif. Ancaman berikutnya datang dari ketidakstabilan harga bahan baku, yang dapat mempengaruhi harga jual produk. Jika bahan baku yang digunakan untuk pembuatan produk roti dan kue mengalami kenaikan harga secara signifikan, biaya produksi juga akan meningkat, yang berpotensi menyebabkan kenaikan harga produk dan menurunkan daya saing di pasar. Beberapa pelanggan mungkin beralih ke tempat lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau merek yang lebih dikenal dengan penawaran harga yang stabil. Ancaman lainnya adalah perubahan selera dan preferensi konsumen yang sangat cepat. Konsumen muda sekarang lebih selektif dalam memilih makanan, beralih ke produk yang lebih sesuai dengan tren makan mereka, seperti makanan organik atau vegan. Syarah Bakery perlu mengikuti perubahan tren ini dan memberikan pilihan produk yang bervariasi sesuai dengan preferensi pasar.

Tabel 1 Hasil Matrik Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Brand Image	- Brand image yang sudah dikenal masyarakat setempat.	- Kurangnya promosi intensif untuk menguatkan citra brand.
	- Merek yang dikenal dengan produk yang berkualitas.	- Citra merek masih terbatas pada lingkup lokal tanpa ekspansi yang signifikan.
Kualitas Pelayanan	- Staf yang ramah dan sigap dalam melayani pelanggan.	- Kadang terjadi ketidaksesuaian kecepatan pelayanan di jam sibuk.
	- Proses pelayanan yang efisien dan cepat.	- Perlu pelatihan lebih lanjut untuk menjaga konsistensi kualitas layanan.
Lokasi Toko	- Terletak di lokasi strategis dengan akses mudah untuk pelanggan.	- Tingkat kepadatan lalu lintas yang tinggi bisa mengganggu kenyamanan pelanggan.
Produk	- Produk yang bervariasi dengan kualitas terjamin.	- Terkadang terdapat fluktuasi kualitas produk tergantung pada ketersediaan bahan baku.
Pelayanan Pelanggan	- Penyediaan layanan pelanggan yang responsif terhadap keluhan atau pertanyaan.	- Kurangnya layanan purna jual atau program loyalitas pelanggan.
Fasilitas	- Fasilitas dan fasilitas pendukung yang cukup memadai di tempat toko.	- Fasilitas parkir terbatas, membuat beberapa pelanggan enggan untuk datang.

Keuangan	- Stabilitas keuangan yang memungkinkan untuk melakukan perbaikan dan pengembangan bisnis.	- Kurangnya alokasi anggaran untuk kampanye pemasaran atau promosi merek yang lebih besar.
-----------------	--	--

Melalui analisis SWOT di atas, Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu harus memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya seperti kualitas produk dan brand image yang sudah terbentuk dengan baik. Perbaikan dalam promosi, peningkatan konsistensi kualitas layanan, serta perhatian terhadap kenyamanan pelanggan dapat meminimalisir kelemahan yang ada. Di sisi lain, peluang untuk ekspansi melalui digital marketing, pengembangan produk sehat, dan layanan antar bisa membuka potensi pasar baru yang lebih besar. Sementara itu, ancaman yang datang dari persaingan serta fluktuasi harga bahan baku harus diantisipasi dengan strategi pengendalian biaya dan inovasi produk yang tetap relevan dengan tren pasar. Dengan memanfaatkan strategi yang tepat dan mengatasi kendala yang ada, Syarah Bakery dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan bersaing di pasar bakery yang kompetitif.

Ancaman yang muncul, seperti persaingan dengan merek lain dan fluktuasi harga bahan baku, harus dikelola dengan menerapkan strategi pengendalian biaya dan inovasi produk yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Langkah-langkah ini selaras dengan temuan Pradini dan Pratami yang menunjukkan bahwa brand image, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki dampak signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas ini sangat berpengaruh pada keberlanjutan dan perkembangan bisnis dalam jangka panjang (Pradini & Pratami, 2022).

Selain itu, pendekatan melalui analisis SWOT juga relevan dengan hasil penelitian Mashuri dan Nurjannah yang menyebutkan bahwa analisis SWOT adalah alat strategis penting untuk meningkatkan daya saing, terutama dalam menghadapi tantangan eksternal dan memanfaatkan peluang pasar secara optimal. Dengan kombinasi kekuatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal yang efektif, Syarah Bakery dapat terus mengembangkan strategi yang relevan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mempertahankan posisinya dalam pasar bakery yang semakin kompetitif. Integrasi strategi yang dirancang berdasarkan analisis SWOT ini akan membantu bisnis mengatasi kendala sambil tetap relevan dengan perkembangan dan kebutuhan pelanggan (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Strategi IFAS

Dalam merancang strategi peningkatan brand image dan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu, analisis faktor internal dilakukan menggunakan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan EFAS. Melalui pendekatan ini, faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan dapat dianalisis lebih lanjut untuk menentukan alternatif strategi bersaing yang optimal. Langkah pertama adalah mengidentifikasi faktor strategis yang berupa kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi. Kekuatan yang ada mencakup kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang ramah, serta lokasi yang strategis, yang mampu memberikan dampak positif terhadap pencapaian tujuan bisnis bakery. Kelemahan yang ditemukan adalah kurangnya promosi yang efektif, ketergantungan pada kualitas pelayanan yang belum konsisten, dan fasilitas yang terbatas seperti tempat parkir yang kurang memadai. Langkah kedua adalah memberikan bobot pada masing-masing faktor berdasarkan pentingnya pengaruh mereka terhadap keputusan strategis, dengan skala 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Misalnya, kualitas produk dan pelayanan akan mendapat bobot yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahan berupa ketergantungan pada fasilitas fisik yang terbatas. Bobot ini menunjukkan seberapa besar setiap faktor akan berkontribusi dalam keberhasilan atau kegagalan suatu strategi. Faktor dengan bobot lebih tinggi menjadi prioritas

utama dalam perencanaan strategi.

Langkah ketiga adalah memberikan rating untuk setiap faktor. Rating ini mencerminkan seberapa baik faktor-faktor tersebut dipenuhi oleh Syarah Bakery saat ini, dengan skala 1 hingga 4, di mana 4 berarti outstanding (sangat baik) dan 1 berarti poor (buruk). Sebagai contoh, kualitas produk dan pelayanan ramah yang saat ini sudah diakui dapat diberi rating tinggi (misalnya, 4), sedangkan promosi dan pemasaran yang terbatas diberi rating lebih rendah (Mashuri & Nurjannah, 2020). Berdasarkan analisis ini, IFAS akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas mengenai titik kuat yang bisa dimaksimalkan untuk mendukung strategi bersaing dan titik lemah yang harus diperbaiki. Dengan cara ini, Syarah Bakery dapat merancang strategi yang tepat sasaran dalam meningkatkan brand image dan kualitas layanan. Hasil analisis IFAS ini selanjutnya digunakan untuk menentukan strategi bersaing yang paling efektif, seperti fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan produk sambil memperbaiki kekurangan pada aspek promosi dan fasilitas. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memperkuat posisi Syarah Bakery di pasar.

Berikut adalah Tabel Internal *Factor Analysis Summary* (IFAS) yang menggambarkan penilaian faktor internal:

Tabel 2 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kualitas produk yang konsisten	0.2	4	0.8
Pelayanan ramah dan personal	0.15	4	0.6
Lokasi strategis dan mudah dijangkau	0.1	3	0.3
Kelemahan			
Kurangnya promosi yang efektif	0.15	2	0.3
Ketergantungan pada kualitas pelayanan yang tidak konsisten	0.2	2	0.4
Fasilitas parkir yang terbatas	0.1	2	0.2
Total Skor			2.6

Dalam tabel IFAS di atas, masing-masing faktor diberikan bobot berdasarkan pentingnya, dan rating menunjukkan performa saat ini dalam hal pemenuhan faktor tersebut. Skor dihitung dengan mengalikan bobot dengan rating. Maka, skor total yang dihasilkan adalah 2.6. Ini menunjukkan bahwa Syarah Bakery memiliki banyak faktor kekuatan yang dapat dimanfaatkan, meskipun ada beberapa area kelemahan yang perlu diperbaiki agar dapat bersaing lebih efektif dan terus meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui langkah strategis berdasarkan analisis IFAS ini, perusahaan dapat lebih fokus pada optimalisasi kekuatan seperti inovasi produk dan pengalaman pelanggan, sekaligus merancang solusi untuk kelemahan, seperti peningkatan promosi dan pelatihan karyawan.

Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Mashuri dan Nurjannah yang menegaskan bahwa analisis SWOT, termasuk matriks IFAS, adalah alat strategis yang penting untuk menentukan prioritas dan memandu perusahaan dalam meraih daya saing lebih tinggi. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap faktor internal dan implementasi langkah strategis yang sesuai, Syarah Bakery dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan bisnisnya di masa depan (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Berikut table *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor eksternal dalam strategi peningkatan brand image dan kualitas pelayanan di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu.

Table 3 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor Eksternal	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peningkatan minat masyarakat terhadap produk lokal dan sehat	Dapat memperkenalkan produk sehat seperti roti organik atau bebas gluten.	Kompetitor mungkin juga melihat tren ini dan menawarkan produk sejenis.	0.15	4	0.60
Pertumbuhan e-commerce dan media sosial	Peluang untuk meningkatkan brand awareness melalui platform digital.	Pengelolaan media sosial yang kurang optimal akan membatasi jangkauan pasar.	0.20	3	0.60
Tumbuhnya kesadaran akan makanan berkualitas dan lokal	Peluang memperkenalkan kualitas bahan baku lokal dan produksi organik.	Bahan baku berkualitas seringkali sulit didapat dengan harga yang stabil.	0.10	3	0.30
Kemajuan teknologi untuk manajemen operasional	Dapat mengadopsi teknologi terbaru untuk memperbaiki kualitas layanan.	Proses integrasi teknologi memerlukan biaya dan waktu yang signifikan.	0.10	2	0.20
Meningkatnya kesadaran akan pentingnya kebersihan dan kesehatan	Meningkatkan citra brand sebagai usaha yang peduli terhadap kebersihan.	Kompetitor yang lebih fokus pada aspek kebersihan juga dapat mengklaim citra yang sama.	0.15	4	0.60
Peningkatan daya beli masyarakat di Bengkulu	Potensi pasar yang lebih besar untuk produk bakery dengan kualitas tinggi.	Fluktuasi ekonomi yang dapat menurunkan daya beli konsumen dalam jangka panjang.	0.10	3	0.30

Faktor Eksternal	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Regulasi pemerintah terkait standar keamanan pangan	Mematuhi standar yang ditetapkan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.	Standar yang ketat bisa menambah biaya produksi dan proses.	0.10	2	0.20
Jumlah pesaing lokal yang berkembang pesat	Berpotensi meningkatkan persaingan, namun dapat mendorong inovasi produk.	Kemunculan usaha baru atau ekspansi pesaing bisa mengurangi pangsa pasar.	0.10	2	0.20
Total					3.90

Hasil analisis EFAS ini memberikan gambaran bahwa ada beberapa peluang yang sangat kuat yang dapat dimanfaatkan oleh Syarah Bakery, terutama dalam meningkatkan kualitas produk sehat, memanfaatkan teknologi untuk pemasaran, dan mematuhi regulasi terkait kebersihan dan keamanan pangan. Namun, tantangan dari pesaing lokal yang berkembang dan fluktuasi ekonomi perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan strategi bisnis Syarah Bakery. Langkah-langkah strategis berbasis hasil EFAS ini penting untuk memastikan bahwa kekuatan eksternal dapat dimanfaatkan secara optimal, sementara risiko atau ancaman yang ada dapat diminimalisir. Hal ini selaras dengan penelitian Rahmawati dkk yang menekankan bahwa analisis lingkungan eksternal merupakan kunci dalam merumuskan strategi bisnis yang relevan dan berorientasi pada pencapaian tujuan jangka panjang. Dengan memanfaatkan peluang dan mengantisipasi tantangan, Syarah Bakery dapat membangun keberlanjutan bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan di pasar bakery yang kompetitif (Rahmawati et al, 2024).

PEMBAHASAN

Brand image dan kualitas pelayanan merupakan dua elemen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, terutama dalam industri makanan dan minuman, seperti yang diterapkan oleh Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu. Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, kekuatan brand image yang baik serta kualitas pelayanan yang optimal menjadi daya tarik yang kuat bagi pelanggan. Peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan brand image yang efektif berperan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada melalui analisis SWOT, Syarah Bakery dapat merumuskan strategi yang lebih terarah untuk meningkatkan brand image dan kualitas pelayanan yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Secara umum, brand image berhubungan langsung dengan persepsi pelanggan tentang suatu perusahaan dan produknya. Brand image yang positif menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dan produk yang ditawarkan, sedangkan kualitas pelayanan mencakup cara sebuah usaha dalam memberikan pelayanan yang memadai bagi para pelanggan. Kualitas

pelayanan yang ramah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan memperkuat brand image yang positif. Salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam analisis ini adalah apakah saat ini Syarah Bakery telah mampu menciptakan dua elemen tersebut dengan baik.

Berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari data observasi dan wawancara pelanggan, strategi peningkatan brand image di Syarah Bakery perlu fokus pada konsistensi kualitas produk, variasi produk yang ditawarkan, serta pelayanan yang lebih personal. Konsistensi dalam pengolahan dan pengemasan produk, ditambah dengan atmosfer toko yang nyaman, akan memberikan kesan yang lebih mendalam kepada konsumen yang datang berkunjung. Kualitas pelayanan perlu meningkatkan respon staf dalam melayani setiap pelanggan, menyediakan waktu yang cepat untuk pengolahan pesanan, serta memperbaiki keluhan yang mungkin timbul di kemudian hari dengan pendekatan yang lebih profesional.

Strategi peningkatan *brand image* suatu organisasi sangat bergantung pada berbagai faktor, dengan pelayanan pelanggan sebagai elemen kunci yang tidak dapat diabaikan. *Brand image*, atau citra merek, memainkan peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dalam penelitian Kurniawan menyatakan citra merek yang positif akan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Salah satu cara paling efektif untuk meningkatkan citra merek adalah melalui pelayanan pelanggan yang luar biasa, di mana pengalaman positif pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap merek tersebut (Kurniawan, 2017).

Brand image atau citra merek merupakan persepsi yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan (Zakaria et al, 2023). Dalam konteks bisnis, termasuk bisnis kuliner seperti Syarah Bakery Bengkulu, pengelolaannya sangat penting, terutama jika ingin menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mencapainya, strategi peningkatan *brand image* perlu melibatkan berbagai aspek, dan salah satu elemen utama adalah kualitas pelayanan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori bauran pemasaran yang terdiri dari 7P, yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi, *People* (Orang), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), dan Proses. Di bawah ini, akan dijelaskan bagaimana bauran pemasaran tersebut relevan untuk analisis strategi peningkatan *brand image* Syarah Bakery Bengkulu Cabang Lingkar Barat melalui pelayanan pelanggan (Manurung & Siagian, 2021).

1. Produk (*Product*)

Dalam industri kuliner, produk menjadi unsur pertama yang diperhatikan oleh pelanggan. Syarah Bakery Bengkulu perlu memastikan bahwa kualitas produk roti dan kue yang dijual selalu memenuhi harapan pelanggan. Selain cita rasa yang enak dan kualitas yang konsisten, produk juga mencakup varian yang beragam sesuai dengan preferensi pelanggan yang berbeda-beda. Penerapan strategi diferensiasi produk, seperti menambah pilihan menu, memperkenalkan produk musiman, atau memperkenalkan produk dengan kandungan sehat atau unik, dapat menjadi cara untuk meningkatkan citra merek. Oleh karena itu, penting bagi pihak pengelola untuk memperhatikan kualitas bahan baku dan proses pembuatan, serta mengkomunikasikannya secara jelas kepada konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah faktor yang sangat penting dalam strategi pemasaran dan turut menentukan *brand image*. Di Syarah Bakery Bengkulu, harga haruslah bersaing dengan harga pasar, namun tetap menjaga kesan premium tanpa mengabaikan kualitas produk. Strategi penetapan harga yang tepat harus mempertimbangkan biaya produksi serta daya beli masyarakat di sekitar wilayah tersebut. Jika harga dianggap terlalu tinggi, konsumen bisa beralih ke kompetitor, namun harga yang terlalu rendah dapat menciptakan persepsi bahwa kualitas produk tidak baik. Oleh karena itu, harga perlu disesuaikan dengan value atau nilai yang diberikan pelanggan melalui kualitas

pelayanan, rasa, dan pengalaman membeli yang mereka peroleh.

3. Tempat (*Place*)

Lokasi sangat berpengaruh terhadap pencapaian *brand image*. Syarah Bakery Bengkulu Cabang Lingkar Barat yang terletak di tempat strategis memudahkan pelanggan untuk mengaksesnya. Untuk meningkatkan citra merek, perusahaan harus memanfaatkan keberadaan toko sebagai tempat untuk menyampaikan pesan bahwa produk yang dijual berkualitas tinggi. Selain lokasi fisik, keberadaan toko online atau *delivery service* juga menjadi bagian penting dari strategi distribusi. Meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pelanggan dalam membeli produk melalui layanan berbasis aplikasi atau pemesanan online dapat menambah kesan positif terhadap merek tersebut.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah elemen kunci untuk membangun komunikasi dengan konsumen. Bagi Syarah Bakery, penggunaan promosi yang kreatif, seperti potongan harga atau promosi *bundling*, dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mengingatkan pelanggan lama akan kualitas produk. Melalui media sosial seperti Instagram atau Facebook, bakery ini bisa memanfaatkan platform digital untuk menunjukkan foto dan video produk mereka, memberikan testimoni pelanggan, dan memberikan informasi tentang diskon atau produk baru. Melakukan promosi melalui event spesial atau kolaborasi dengan event-event lokal juga bisa meningkatkan kesadaran dan citra merek.

5. *People* (Orang)

Dalam konteks layanan pelanggan, faktor orang menjadi elemen kunci dalam membangun *brand image*. Staff yang ramah, cepat tanggap, serta terlatih dengan baik dalam memberikan layanan akan meninggalkan kesan positif di benak pelanggan. Di Syarah Bakery Bengkulu, interaksi langsung antara pelayan dan pelanggan menjadi cermin dari kualitas layanan yang diberikan. Pelanggan akan merasa lebih dihargai dan memiliki pengalaman yang menyenangkan jika para staff bisa menangani masalah atau keluhan dengan baik serta memberikan layanan yang memuaskan. Oleh karena itu, pengelola Syarah Bakery perlu memberikan pelatihan rutin kepada staff agar selalu bisa memberikan pelayanan terbaik.

6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik mencakup segala elemen yang mendukung pengalaman pelanggan. Di sektor restoran atau bakery, bukti fisik bisa meliputi tampilan interior toko, desain kemasan, dan tampilan produk itu sendiri. Oleh karena itu, Syarah Bakery harus memperhatikan desain toko yang bersih dan nyaman, serta menonjolkan elemen dekoratif yang membuat toko terasa lebih menarik. Packaging atau kemasan produk yang menarik juga bisa meningkatkan persepsi pelanggan terhadap produk yang mereka beli. Selain itu, penampilan karyawan yang rapi dan profesional menambah kesan bahwa bisnis ini serius dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

7. Proses (*Process*)

Proses adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pengalaman layanan yang konsisten dan efisien. Di Syarah Bakery, ini mencakup pengelolaan pemesanan, pengambilan produk, serta waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi. Jika proses pelayanan terlalu lama atau membingungkan pelanggan, citra merek akan turun. Oleh karena itu, penting bagi Syarah Bakery untuk menyusun proses layanan yang cepat, efisien, dan mempermudah pelanggan. Teknologi yang digunakan untuk melayani pemesanan online, seperti sistem pemesanan otomatis atau aplikasi pengiriman, harus bekerja dengan lancar tanpa hambatan agar pelanggan dapat mendapatkan pengalaman yang maksimal.

Dalam penelitian Manurung dan Siagian strategi peningkatan *brand image* melalui pelayanan pelanggan di Syarah Bakery Bengkulu dapat dicapai dengan memanfaatkan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 7P. Pengelolaan produk yang berkualitas, penetapan harga yang kompetitif, pemilihan lokasi yang strategis, serta promosi yang kreatif dapat memperkuat *brand image* dan membangun loyalitas pelanggan. Tidak kalah pentingnya, peran orang (staff) dalam memberikan pelayanan yang ramah dan efisien, bukti fisik yang menarik, serta proses pelayanan yang mudah dan cepat juga berperan besar dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat menjadikan Syarah Bakery sebagai merek yang dikenal, dipercaya, dan dicintai oleh pelanggan, serta mampu menghadapi persaingan dalam industri bakery (Manurung & Siagian, 2021).

Brand image sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pelanggan yang diberikan. Pelayanan yang cepat, responsif, transparan, dan personal akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Hal ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan yang pada gilirannya memperkuat reputasi merek dan memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus untuk selalu meningkatkan pelayanan pelanggan, mengadopsi teknologi terkini, serta melibatkan seluruh karyawan dalam upaya ini, guna memastikan keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Pelayanan pelanggan yang ditawarkan oleh Syarah Bakery telah berhasil membangun hubungan positif dengan pelanggan, membedakannya dari pesaing. Penelitian ini berfokus pada cabang Syarah Bakery yang berlokasi di Lingkar Barat, Kota Bengkulu, yang memiliki sejumlah strategi unik dalam menyambut pelanggan, yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan di cabang-cabang lainnya.

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, berikut adalah beberapa strategi yang dapat diambil untuk memperkuat *brand image* dan kualitas pelayanan di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu.

1. Memperkuat *brand image* dengan memanfaatkan media sosial dan digital marketing memperkenalkan produk melalui platform media sosial akan membuka lebih banyak peluang pasar. Syarah Bakery perlu menggencarkan promosi di media sosial dengan konten yang menarik dan berbagi kisah di balik produk yang ditawarkan. Misalnya, menceritakan kisah pembuatan roti atau kolaborasi dengan petani lokal untuk bahan baku berkualitas. Pembaruan secara teratur dan pemanfaatan iklan digital juga dapat memperluas jangkauan pasar.
2. Menjaga konsistensi kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan pelayanan adalah salah satu pilar penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Oleh karena itu, Syarah Bakery harus menyediakan pelatihan berkelanjutan kepada seluruh staf untuk menjaga kualitas pelayanan, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun solusi bagi keluhan pelanggan. Selain itu, menyediakan layanan pelanggan yang mudah diakses dan responsif, baik melalui telepon, whatsapp, atau platform online lainnya, akan memudahkan pelanggan merasa dihargai.
3. Memperkenalkan produk inovatif untuk menghadapi ancaman kompetitor dan mengikuti perkembangan tren pasar, Syarah Bakery harus inovatif dalam menambahkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini. Produk seperti roti rendah kalori, roti organik, atau bahkan makanan sehat lainnya yang dapat dijual bersama produk andalan bisa menjadi cara untuk meningkatkan pangsa pasar.
4. Peningkatan fasilitas dan pengelolaan toko kendala terkait fasilitas seperti tempat parkir dan ruang makan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Peningkatan tempat parkir yang lebih nyaman dan fasilitas untuk menikmati makanan di tempat akan memperbaiki keseluruhan pengalaman pelanggan. Peningkatan interior dan kenyamanan toko juga dapat menjadi daya tarik yang

mendukung brand image yang lebih positif.

Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu memiliki banyak kekuatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan brand image dan kualitas pelayanan. Walaupun terdapat kelemahan, peluang yang ada cukup besar untuk dikembangkan. Ancaman dari kompetitor dan faktor eksternal lainnya memerlukan perhatian dan strategi yang cermat. Pengelolaan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT yang tepat, dengan mempertimbangkan kekuatan internal, peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada, akan sangat berdampak pada kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan begitu, Syarah Bakery tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga tumbuh pesat dalam persaingan yang ada.

Brand image yang positif dihasilkan dari kombinasi berbagai faktor, termasuk kualitas produk, pengalaman pelayanan, dan citra perusahaan dalam komunikasi eksternal dengan pelanggan. Di Syarah Bakery, produk yang ditawarkan seperti roti dan kue-kue lainnya memiliki kualitas yang konsisten, yang sesuai dengan harapan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi, dengan rasa yang enak dan daya tarik visual yang menarik, menciptakan kesan pertama yang baik pada pelanggan. Selain itu, layanan yang cepat dan ramah, serta harga yang kompetitif, memberikan rasa puas yang menambah nilai positif pada *brand image* mereka. Hal ini penting karena pelanggan yang puas cenderung untuk merekomendasikan produk tersebut ke orang lain, yang secara langsung turut memperkuat *brand image* yang dimiliki bakery tersebut (Fatmawati & Sismanto, 2020).

Selain produk yang berkualitas, kualitas pelayanan yang diberikan juga memainkan peran besar dalam memperkuat *brand image*. Layanan pelanggan yang baik, di mana karyawan melayani dengan ramah, responsif, dan profesional, dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pelanggan dan merek. Pengalaman positif yang diterima pelanggan dapat mengubah mereka menjadi pelanggan setia dan meningkatkan tingkat kepuasan (Pradini, & Pratami, 2022). Oleh karena itu, Syarah Bakery memprioritaskan pelayanan pelanggan dengan melibatkan staf yang terlatih untuk memberikan layanan terbaik serta memastikan setiap interaksi dengan pelanggan dilakukan secara menyenangkan. Apabila kualitas pelayanan terus dijaga, hal ini akan memperkuat citra merek sebagai perusahaan yang peduli terhadap kenyamanan dan kepuasan pelanggan, sehingga terciptalah loyalitas yang tinggi.

Meskipun Syarah Bakery cabang Lingkar Barat telah mencapai sejumlah keberhasilan dalam meningkatkan *brand image*, terdapat tantangan dalam menciptakan keseragaman pelayanan di seluruh cabang. Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa pelayanan di cabang Lingkar Barat lebih unggul dibandingkan dengan cabang Tanah Patah atau Kampung Bali. Ini menunjukkan bahwa perlu adanya upaya untuk standarisasi lebih lanjut agar pelayanan di setiap cabang Syarah Bakery bisa konsisten, baik dari sisi kualitas produk, pelayanan pelanggan, maupun pengalaman keseluruhan.

KESIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan mengenai strategi peningkatan *brand image* dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Syarah Bakery Lingkar Barat, Bengkulu dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan brand image dan kualitas pelayanan di Syarah Bakery Lingkar Barat Bengkulu berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui identitas merek yang kuat, citra positif dapat terbentuk, sehingga menciptakan loyalitas dan daya tarik bagi konsumen. Upaya ini diwujudkan melalui peningkatan kualitas produk, desain kemasan yang menarik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Selain itu, pelayanan yang prima, seperti keramahan karyawan, responsivitas terhadap keluhan, serta kenyamanan tempat, menjadi faktor utama dalam membangun pengalaman positif pelanggan. Kombinasi strategi ini terbukti

meningkatkan kepuasan, karena pelanggan tidak hanya mendapatkan produk berkualitas tetapi juga merasakan kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan demikian, pendekatan yang berfokus pada citra merek dan layanan yang unggul dapat menjadi kunci keberhasilan bisnis dalam menghadapi persaingan. Implementasi strategi ini perlu terus dikembangkan melalui inovasi produk dan evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan agar Syarah Bakery tetap relevan dan unggul di pasar. Adapun saran yang dapat diberikan Syarah Bakery perlu terus meningkatkan inovasi produk, memperkuat strategi branding melalui media digital, serta memastikan konsistensi kualitas pelayanan. Evaluasi rutin terhadap kepuasan pelanggan dan respons cepat terhadap masukan akan membantu mempertahankan loyalitas konsumen. Pelatihan karyawan juga penting untuk meningkatkan profesionalisme dan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., & Kurnia, E. (2018). Pengaruh Kuantitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 128-137.
- Ajijah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh *Brand image*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43-60.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
brand image dan brand trust. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4(2).
- Caniago, C., Siregar, R. T., Julyanthry, J., & Pakpahan, G. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan *Brand image* Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2), 21-31.
- Fatmawati, E., & Sismanto, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Syarah Bakery. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 146-152.
<https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh perceived quality terhadap brand loyalty melalui mediasi Manurung, J., & Siagian, H. L. (2021). Membangun *brand image* sebagai manajemen strategi dalam upaya meningkatkan daya saing pada lembaga pendidikan. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, Dan Kebudayaan*, 7(2), 365-381.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Ovfianti, S., Adhrianti, L., & Hadiprashada, D. (2021). Strategi Branding Syarah Bakery Dalam Membentuk Brand Knowledge Sebagai Oelh-Oleh Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 59-68.
- Pradini, G., & Pratami, F. (2022). Dampak *Brand image*, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Customer Di Oma Kopi DEPOK. *Journal of Syntax Literate*, 7(3).
- Rahmawati, G., Hak, N., & Shar, A. (2024). Strategi Pemasaran Syariah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Syarah Bakery Kota Bengkulu. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 65-72.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang pada sepatu nike running di

- semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59-70.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sari, Y. R. (2021). Pengaruh citra perusahaan, kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(2), 164-171.
- Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra dan Loyalitas Pasien pada Unit Rawat Jalan RSUD Mampang Prapatan Jakarta Selatan. *Journal of business studies*, 4(1), 17-29.
- Suherman, A. K., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2024). Pengaruh *Brand image*, Kualitas Pelayanan dan Diskon terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Toko Eiger Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(6), 1075-1088.
- Syarahbakery.com. (2025). Tentang Syarah Bakery. <https://syarahbakery.com/tentang/> diakses 26 Januari 2025 17.08 WIB
- Zakaria, W., Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2023). Strategi Membangun *Brand image* Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(2), 64-75.