

## **BAB V**

### ***BRAND IMAGE, BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM SUDUT PANDANG ISLAM***

#### **5.1. Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Islam**

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono,2012). Selain itu dapat diartikan sebagai cara pandang konsumen terhadap produk apakah produk tersebut baik atau buruk untuk digunakan, berkualitas atau tidak nya produk serta manfaat produk tersebut bagi konsumen sebelum mengambilnya.

Dalam hukum Islam bahwa diantara sah nya syarat jual beli adalah *ijab* dan *qabul* dengan kata lain suka sama suka, pembeli suka dengan barang yang dibelinya, begitupun penjual suka melepaskan barang yang dijualnya (Rusfi,2016). Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah kaidah yang sangat penting dalam bidang muamalah secara umum dan dalam bidang perdagangan secara khusus, beliau berkata:

*“Dasar dalam sebuah transaksi adalah rasa ridho dari kedua belah pihak yang sedang mengadakan sebuah transaksi dan konskuensi dari transaksi itu adalah yang disepakati oleh keduanya dalam akad”*

Dalam prinsip muamalah, maka transaksi harus dilakukan secara suka rela tanpa ada paksaan dari pihak manapun, di dalam al-Qur’an dinyatakan transaksi berkenaan dengan perpindahan hak kepemilikan tidak boleh terjadi, kecuali dengan perdagangan (*tijarah*) yang dilakukan suka sama suka (*An Tradhin*). Prinsip ini berdasarkan firman Allah Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih

menyukai pengalaman berinteraksi dengan perdagangan yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang yang angkuh. Kepuasan pelanggan yang diperoleh dari pengalaman menyenangkan saat membeli, maka akan membuat konsumen loyal sehingga kembali membeli produk tersebut.

Bahwa dengan memberikan penjelasan serta penerapan yang benar dan sesuai dengan syariat Islam serta mengutamakan kepuasan dan loyalitas konsumen maka jual beli yang dijalankan, akan mendapat keridhaan dari Allah SWT maupun keridhaan dari konsumen itu sendiri. Maka berbisnislah dengan saling ridha diantara sesama.

## **5.2. Loyalitas Pelanggan Menurut Pandangan Islam**

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa dimasa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensial untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain (Kotler dan Keller, 2012).

Berdasarkan pengertian diatas, loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dapat dimaknai ketika konsumen sudah percaya pada merek Madame Gie, maka konsumen tersebut tidak akan memikirkan lagi merek yang lain dan hanya menggunakan produk Madame Gie yang dipercayainya. Salah

satu sikap positif pelanggan yang loyal dapat ditunjukkan melalui setia kepada produk perusahaan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pemahaman loyalitas pelanggan sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian, ada beberapa ciri pelanggan yang dianggap loyal yaitu pelanggan yang selalu melakukan pembelian ulang produk Madame Gie secara teratur, pelanggan yang mempromosikan produk Madame Gie yang dipakai kepada orang lain, Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah ke produk lain.

Loyalitas dalam pandangan ekonomi lebih mendahulukan produk-produk yang sudah dinyatakan halal oleh para ulama yang sebelumnya telah melakukan pengkajian terhadap kehalalan produk. Loyalitas pelanggan terhadap *brand* akan tercipta jika pemasar melakukan proses marketing dengan benar. Dalam islam loyalitas dapat terbentuk ketika kedua belah pihak memiliki tercapainya tujuan yang baik dalam diri masing-masing.

Adapun yang menyebabkan loyalitas pelanggan pada produk Madame Gie ini dikarenakan *brand image* yang dimiliki Madame Gie sudah dikenal dimata konsumen dan *trust* yang sudah dimiliki oleh masyarakat sehingga konsumen loyal terhadap produk tersebut. Ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan

produk Madame Gie diantaranya dengan kualitas produk, harga, promosi, *brand image*, dan *brand trust*. Tetapi dalam penelitian ini berfokus pada *brand image* dan *brand trust*, keduanya akan ditinjau bukan hanya dari ilmu marketing saja namun juga akan ditinjau nilai-nilai dan ajaran islam yang terkandung didalamnya.

### **5.3. Brand Image Menurut Pandangan Islam**

*Brand Image* merupakan persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, tercermin atau melekat dalam benak dan memori seorang konsumen itu sendiri (Kotler dan Keller, 2016).

Madame Gie adalah *brand* kosmetik lokal di Indonesia yang dirilis oleh seorang artis yaitu Gisel Anastasya. Produk kosmetik yang dijual oleh Madame Gie ini memiliki beberapa varian mulai dari *lip tint*, *eye shadow*, *lip matte*, *kuteks*, pensil alis, *blush on*, *foundation* dan *cushion*. Madame Gie ini merupakan produk lokal yang tidak kalah apabila dibandingkan dengan produk-produk luar negeri yang memiliki citra merek yang tinggi. Jadi, Madame Gie merupakan suatu *brand* yang berfokus pada produk-produk kecantikan (kosmetik).

Merek merupakan nama baik atau identitas baik yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk membangun merek tersebut menjadi baik yang dapat

dipercaya oleh konsumen hendaknya memperhatikan prinsip-prinsip Islam (Abduh, 2020), diantaranya:

a. Larangan Merugikan dan Membohongi Konsumen

Kejujuran adalah hal penting dalam melakukan pemasaran. Dengan terciptanya nama baik akan menunjukkan identitas serta kualitas yang positif. Maka dari itu, kejujuran akan kondisi suatu barang atau jasa, harus sesuai dengan keadaan dan perlu dijelaskan kekurangan dan kelebihan dari produk yang dimilikinya. Madame Gie ketika melakukan promosi harus menjelaskan sesuai fakta keadaan produknya, tujuannya agar para konsumen tidak kecewa dan merasa dibohongi dengan produk yang dibelinya. Seperti yang dijelaskan dalam hadits sebagai berikut:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاغُ فِي النَّارِ

*Artinya: "Barang siapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka (HR. Ibnu Hibban)*

Sebagai contoh citra yang baik yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW yang dijuluki gelar *Al-Amin* artinya seseorang yang dipercaya. Maka dari itu perusahaan perlu membangun citra merek yang baik sehingga dapat dipercaya oleh konsumen. Kepercayaan pelanggan terhadap produk

akan menjadi pertimbangan kuat untuk melakukan pembelian. Agar kepercayaan konsumen tetap terjaga perusahaan harus bisa bertanggung jawab terhadap merek produk tersebut, seperti yang dijelaskan didalam al-Qur'an surat An-Nisaa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baiknya yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”*

Adapun ayat al-Qur'an diatas menjelaskan bahwa amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam menjalankan tugas, sama halnya dengan perusahaan dalam menciptakan merek dan memberitahu bagaimana kelebihan dari produk tersebut agar menarik perhatian para konsumen. Perusahaan harus bisa mempertanggung jawabkan merek yang mereka ciptakan.

b. Larangan Mengambil Hak Orang Lain

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2016 pasal 1 ayat 1 *brand* adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Produk Madame Gie ini sudah memiliki hak paten dan Madame Gie juga memiliki hak untuk melarang pihak lain dalam menggunakan merek tersebut tanpa seizin Madame Gie. Dalam hal ini Rasulullah SAW melarang perbuatan-perbuatan kriminal, diantaranya adalah mencuri, menjarah barang orang lain tanpa keridhaan dan korupsi (Qonitah,2014). Rasulullah SAW bersabda:

لَا يَحِلُّ مَالُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ

*Artinya: “Tidak halal mengambil harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan dirinya. (H.R Abu Dawud dan Daruquthni)*

Hadits diatas menegaskan bahwa seseorang yang mengambil harta orang lain dalam hidupnya, kemudian dia tidak peduli dengan hal itu maka haram baginya harta yang diduplikatnya kecuali harta tersebut sebelumnya sudah direlakan barulah harta yang diduplikatnya halal (HR. Abu Dawud dan Daruquthni).



c. Larangan Menyalahi Aturan Pemerintah

Menurut Thamrin dan Francis (2013) Produk dapat dikatakan menyalahi aturan pemerintah, jika produk tersebut terdapat bahan-bahan yang berbahaya. Contohnya ketika produk kosmetik Madame Gie ditambahkan dengan bahan *mercury*, berarti produk kosmetik tersebut menyalahi aturan pemerintah, karena dapat membahayakan pemakai. Selain itu citra perusahaan dan merek kosmetik Madame Gie menjadi tidak baik dimata konsumen. Allah melarang manusia untuk berbuat zalim antarsesama, dengan tidak menjual produk yang membahayakan orang lain. Hal ini sejalan dengan hadits yang berbunyi: *“Wahai hambaku, sesungguhnya aku telah mengharamkan kezaliman terhadap diriku dan menjadikannya diantara kalian dilarang, maka janganlah kalian menzalimi.”* (HR. Muslim)

Hadits diatas menjelaskan bahwa tidak diperbolehkan untuk menzalimi orang lain, baik membahayakan maupun merugikan antarsesama. Karena sesungguhnya, orang yang dicintai oleh Allah ialah orang yang memberikan kebaikan untuk orang lain dan tidak menzalimi orang lain.

#### 5.4. *Brand Trust* Menurut Pandangan Islam

Kepercayaan Merek adalah suatu perasaan aman yang dimiliki konsumen akibat dari interaksinya dengan sebuah merek, yang berdasarkan persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan konsumen (Delgado, 2015).

Faktor yang dapat menimbulkan *trust* terhadap produk Madame Gie yaitu:

- a. Legalitas: Produk Madame Gie sudah mendapatkan sertifikat Halal dari MUI dan sudah terdaftar BPOM dengan nomor sertifikat 00150070831114 sehingga produk Madame Gie ini layak untuk dipercaya dikarenakan sudah terdaftar dilembaga pemerintah. Dengan adanya label MUI dan BPOM produk Madame Gie ini aman dan halal untuk digunakan para konsumen.
- b. Pelayanan: Pihak Madame Gie memberikan garansi penukaran produk dengan yang baru jika produk yang dibeli mengalami kerusakan, sehingga tidak mengecewakan para konsumennya.
- c. Penggunaan: Madame Gie ini memberikan petunjuk penggunaan untuk konsumen yang memakai produk nya dan memberikan tanggal *expired*, Madame Gie tidak menjualan produk yang sudah *expired*, dapat

dipastikan produk Madame Gie ini menjual produk yang memiliki *expired* yang cukup lama sehingga aman untuk digunakan.

Kepercayaan dalam Islam disebut sebagai amanah. Adapun Prinsip amanah dalam berbisnis telah dicontohkan oleh Muhammad SAW. Sikap amanah beliau yang selalu dijaga sehingga para konsumen menjadi simpati dan pada akhirnya konsumen bersedia untuk melakukan transaksi dengan sukarela. Pelaku usaha yang memiliki sikap amanah, akan selalu memberikan yang terbaik bagi konsumennya. Adapun perintah untuk selalu bersifat amanah, Rasulullah SAW bersabda sebagai berikut:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ ائْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

*Artinya: "Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu dan jangan engkau mengkhianati orang yang mengkhianatimu!" (HR. Tirmidzi)*

Maksud dari hadits diatas bahwa sebagai umat Islam tidak berbohong, tidak menipu, tidak berkhianat, tidak pernah ingkar janji merupakan bentuk perbuatan yang dianjurkan oleh agama Islam untuk membangun kepercayaan orang lain terhadap diri sendiri. Rasulullah SAW selalu mengingatkan kepada para pedagang agar tidak berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ada yang semata-mata agar barang dagangannya laris terjual.

Hal yang sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan dan perilaku keluhan konsumen adalah kepercayaan pada merek. Dapat didefinisikan kepercayaan merek sebagai sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan sikap positifnya terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan. Kepercayaan merek dianalisis secara langsung oleh kepuasan konsumen atau ketidakpuasan dengan merek yang telah diakumulasi dalam jangka waktu tertentu sebagai mana persepsi kualitas produk.

#### **5.5. *Brand Image, Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Madame Gie Menurut Pandangan Islam.***

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh produk Madame Gie tentang *Brand Image* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang diingat dalam konsumen pada saat membeli suatu produk merek tertentu selama *brand image* tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan prinsip-prinsip syariah dan aturan dalam pemerintah. Hal ini sejalan dengan hadits yang berbunyi:

*“Tidak ada imam bagi yang tidak ada amanat padanya (menjaga amanat) dan tidak ada agama bagi agama bagi yang tidak ada janjinya baginya (memenuhi janjinya)” (HR. Imam Ahmad).*

Hadits diatas menjelaskan bahwa Madame Gie harus menjaga nama baik yang telah dipercaya dimata konsumen lama maupun konsumen baru mengenai produk Madame Gie.

*Brand trust* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dikarenakan produk Madame Gie menggunakan bahan-bahan halal hal ini sejalan dengan hadist yang berbunyi:

Rasulullah SAW. Bersabda: *“Sesungguhnya yang halal itu jelas, sebagaimana yang haram pun jelas. Diantara keduanya terdapat perkara syubhat yang masih samar yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa yang menghindarkan diri dari perkara syubhat, maka ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka ia bisa terjatuh pada perkara haram.”* (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadits diatas menjelaskan bahwa semua umat Islam menggunakan hal-hal yang halal dan menjauhan hal-hal yang haram.

Kepuasan Pelanggan dalam hal ini dapat memediasi *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan semakin tinggi *brand image* maka pelanggan akan puas, yang dimana dengan adanya kepuasan pelanggan lebih bisa memberi pengaruh agar konsumen lebih loyal. Oleh karena itu, untuk menciptakan loyalitas pelanggan, Madame Gie sudah seharusnya memberikan kualitas produk yang baik seperti kehalalan produk, serta pelayanan yang baik, sehingga dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan dimana pelanggan tidak merasa dirugikan ketika membeli produk Madame Gie. Dimana yang diajarkan dalam Islam untuk menjual suatu produk dengan cara yang baik. Karena Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan suatu kabar dengan jelas dan benar.