

BAB 1

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang

Dalam dunia Industri maupun Pertambangan, *handtools* merupakan hal yang utama dan wajib tersedia bagi mekanik ataupun *engineer* pada perusahaan tersebut. Meningkatnya perkembangan industri di Indonesia menjadikan peluang untuk pelaku bisnis *handtools* dalam memasarkan produk-produk unggulannya. Menurut Agung dalam bukunya “Teknologi Mekanik” (edisi pertama 2013) *handtools* atau perkakas tangan sendiri merupakan alat bantu tangan yang dapat digunakan untuk memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya agar lebih efisien dan efektif.

Dari tahun ke tahun semakin banyak merk *handtools* baru yang bermunculan. Termasuk “STRAFCO”. Menurut Sutono (2014:133) selera konsumen akan terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman dan dampak dari modernisasi. Pemilik dari PT. Delta Usaha Teknik menuturkan bahwa perusahaan ini meluncurkan produk *handtools* Strafco sekitar awal tahun 2018 dengan tujuan untuk merebut pasar *Heavy Industry* yang selama ini di pegang oleh merek-merek ternama seperti Proto, Snap-on, Facom, dan *Heavy Duty Tools* lainnya. Dengan menampilkan design yang

berbeda serta fitur produk yang lebih menarik, produk *handtools* merk Strafco diharapkan dapat bersaing dengan para *Heavy Duty Tools* lainnya di lapangan.

Selain menawarkan berbagai produk *handtools* yang berkualitas, PT. Delta Usaha Teknik juga memperhatikan detail dari tampilan tokonya, design dari toko yang ditampilkan memiliki perbedaan yang kontras dengan toko lain yang berada di Ltc Glodok. Jika sebagian besar tampilan toko di glodok hanya berupa toko kelontong, PT. Delta Usaha Teknik mengambil tema *showroom* untuk menampilkan produk yang dijual. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen di lingkungan sekitar toko agar berkunjung.

Dalam bisnis alat teknik (*Hand Tools*), kualitas produk adalah hal yang penting, selain itu suasana toko yang nyaman harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha agar mampu menarik minat konsumen untuk mengunjunginya. Akan tetapi itu saja tidak cukup, memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen adalah suatu keharusan bagi setiap pelaku usaha. Hal ini agar konsumen terkesan sehingga menimbulkan minat beli ulang (*Customer Retention*). Minat beli ulang (*Customer Retention*) adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali (Peter dan Olsen, 2002).

Dalam perspektif Islam, minat beli merupakan hal yang penting, karena jika seseorang memiliki minat yang besar terhadap suatu hal, maka itu berarti orang tersebut menyambut baik dari sikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut. Pembahasan terkait minat juga tertuang dalam Al-Qur'an pada

surah yang pertama kali turun, yaitu perintah membaca. Membaca yang dimaksud adalah membaca semua aspek yang ada pada kehidupan yang merupakan tanda kebesaran-Nya, membaca potensi yang ada pada diri sendiri, bukan hanya membaca buku. Dari hal tersebut kita dapat memahami hal apa yang menarik kita dalam hidup ini. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Alaq ayat 3-5.

اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)

Artinya: “*Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*” (QS. Al-Alaq: 3-5).

Secara sederhana minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian serta tindakan terhadap orang, aktivitas, ataupun situasi yang menjadi objek dari minat tersebut. Dalam kaitannya dengan pembelian, konsumen harus mempunyai ketertarikan dan keinginan terhadap produk terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli produk tersebut.

Banyaknya pilihan produk handtools dan perusahaan alat teknik di Jakarta, membuat konsumen memiliki banyak alternatif ketika akan menentukan pilihannya. Keadaan tersebut menuntut PT. Delta Usaha Teknik untuk mampu bersaing dengan perusahaan alat teknik lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengangkat judul “**Analisa Pengaruh *Store Atmosphere, Product Quality, Customer Experience* terhadap**

***Customer Retention* (Minat beli ulang) Produk Handtools Strafco (Studi pada PT. Delta Usaha Teknik LTC Glodok).**

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience* terhadap *Customer Retention* (Minat beli ulang). Secara spesifik, rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran *Store Atmosphere*, *Product Quality*, *Customer Experience* dan *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco?
2. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco?
3. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco?
4. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco?
5. Apakah *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience*, dapat dijadikan model yang berpengaruh secara simultan terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco?
6. Bagaimana pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience*, terhadap *Customer Retention* menurut pandangan islam?

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience* terhadap *Customer Retention*. Adapun tujuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami gambaran *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience*, dan *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco
2. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh *Store Atmosphere* terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco
3. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco
4. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco
5. Untuk mengetahui dan memahami apakah *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience* dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap *Customer Retention* pada *Hand Tools* Strafco
6. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana *Store Atmosphere*, *Product Quality*, dan *Customer Experience*, dan *Customer Retention* menurut pandangan islam

2.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh penulis sebagai berikut :

1. Manfaat akademis
 - a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai referensi dalam memperhatikan perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan fenomena yang terjadi di dunia usaha.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan *Store Atmosphere*, *Product Quality*, *Customer Experience* terhadap *Customer Retention* (Minat beli ulang).
2. Manfaat praktis penelitian dibedakan menjadi dua perspektif, yaitu persepektif untuk pembaca dan penulis :
 - a. Bagi pembaca manfaat praktisnya adalah pembaca dapat memperoleh informasi mengenai bagaimana *Store Atmosphere*, *Product Quality*, *Customer Experience* mempengaruhi *Customer Retention* (Minat beli ulang).

- b. Bagi penulis, penelitian ini menjadi referensi dan sumber informasi tentang bagaimana *Store Atmosphere*, *Product Quality*, *Customer Experience* mempengaruhi *Customer Retention* (Minat beli ulang).