

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENJUALAN ES KRIM AICE
CABANG PALEMBANG
(Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

Marsellah Ramadani

NPM : 2201110162

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2026

UNIVERSITAS TRIHINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Marsellah Ramadani
Nomor Pokok/NPM : 2201110162
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami)

Pembimbing Skripsi

Tanggal 19 - 04 - 2024 Pembimbing I : Muhammad Said, SE, M.Si
NIDN : 0217046401

Tanggal 19 - 04 - 2024 Pembimbing II : Herlan Djunsidi, SE, M.Si
NIDN : 0219086101

Mengetahui :

Dekan
Tanggal 15 - 04 - 2024



Dr. Hj. May Nikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 15 - 04 - 2024

Dr. Yolanda Yeybitha, SE, M
NIDN: 0226028303

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marsellah Ramadani
Nomor Pokok/NPM : 2201110162
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan
Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan
Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus
Pada Kecamatan Sukarami)

Penguji Skripsi :
Tanggal 15-04-2026 Ketua Penguji : Muhammad Said, SE, M.Si
NIDN. 0217046401

Tanggal 15-04-2026 Penguji I : Herlan Djunaidi, SE, M.Si
NIDN. 0219086101

Tanggal 15-4-2026 Penguji II : Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN. 0008086502

Mengesahkan :

Dekan
Tanggal 15-04-2026



Dr. Hj. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal

Dr. Yolanda Veybitha, S
NIDN: 0226028303

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Jika bukan karena Allah yang memampukan. Aku mungkin sudah lama menyerah"

PERSEMBAHAN

1. Teruntuk kedua orangtua tersayang, support system terbaik dan panutanKu. Ayahanda Usman, terima kasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, tenaga dan pikiran, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis memberikan motivasi dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Belahan jiwaku Bunda Hasanah, yang tidak pernah henti henti nya memberikan doa dan kasih sayang yang tulus, pemberi semangat dan selalu memberikan dukungan terbaiknya sampai penulis berhasil menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. KakakKu tercinta Meri yuliani, Eyin komisa, Lia Pitaloka dan adikku tersayang Hadi wijaya, terima kasih atas doa dan dukungannya yang telah berhasil membawa penulis sampai sejauh ini sehingga akhirnya mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana
4. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Berliana Septiani S.M, Tiara Wulandari S.M, Melani Puspita, S.Ak Yang sudah menjadi teman penulis mulai 2022 sampai saat ini dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini terima kasih atas segala motivasi dukungan pengalaman yang

sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini. See you on top guys.

5. Terakhir penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri Marsellah Ramadhani atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir semester ini, terima kasih karena telah berjuang sejauh ini, terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar Kendali Dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apa pun prosesnya, meski harus menghadapi kegagalan kebingungan dan perasaan ingin menyerah, terima kasih karena telah jujur pada rasa takut namun tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah karena keberanian bukan lah ketiadaan rasa takut melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan paling penting terimakasih karena sudah berani memilih, memilih mencoba, memilih untuk belajar dan memilih untuk kuat untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai, ini merupakan pencapaian yang patut untuk di banggakan, i wanna thank me for just being me at all times.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marsellah Ramadani
Nomor Pokok/NPM : 2201110162
Angkatan : 2022
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Study : Pemasaran
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan
Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim
Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada
Kecamatan Sukarami)

Menyatakan bahwa skripsi ini telah dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang,

2026

Peneliti,



Marsellah Ramadani

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang**". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program sarjana Strata 1 (satu) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang

Penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, penulis sangat bersyukur karna dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak

Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Hj. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Bapak Muhammad Said, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Herlan Djunaidi, SE. M.Si selaku dosen pembimbing II yang

telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama masa studi di Fakultas Ekonomi.
6. Kepada kedua orang tua tercinta

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Sehingga dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik kepada penulis. Serta diharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Palembang, 2026
Peneliti

Marsellah Ramadani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Penjualan	7
2.1.2 Kualitas Produk	12
2.1.3 Kepercayaan	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.2 Penelitian lain Yang Relevan	28
2.3 Kerangka Berfikir	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.1.1 Tempat Penelitian	31

3.1.2	Waktu Penelitian	31
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data	32
3.2.1	Sumber Data	32
3.2.2	Tehnik Pengumpulan Data.....	32
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Sampling.....	35
3.4	Rancangan Penelitian.....	36
3.5	Variabel dan Definisi Operasional.....	37
3.5.1	Variabel Penelitian	37
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.6	Instrumen Penelitian	40
3.6.1	Uji Validitas.....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Tehnik Analisa Data	41
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	41
3.7.2	Analisis Statistik Inferensial	42
3.8	Uji Hipotesis	45
3.8.1	Uji Simultan (Uji F)	45
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	49
4.1.2.1	Struktur Organisasi	49
4.1.2.2	Uraian Tugas	50
4.1.3	Pembahasan dan interpretasi.....	52
4.1.3.1	Deskripsi Profil Responden.....	52
4.1.3.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.3.3	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	52

4.1.3.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.1.4.1	Uji Validitas	54
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.1.5	Analisis Statistik Deskriptif.....	58
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.6.1	Uji Normalitas	59
4.1.6.2	Uji Multikolinieritas.....	60
4.1.6.3	Uji Heteroskedasitas.....	61
4.1.7	Regresi Linear Berganda	62
4.1.8	Koefisien Korelasi.....	64
4.1.9	Koefisien Determinasi.....	65
4.1.10	Uji Hipotesis Penelitian.....	66
4.1.10.1	Uji Simultan (Uji F).....	66
4.1.10.2	Uji Parsial (Uji t)	66
4.2	Pembahasan Penelitian	68
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang.....	68
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang.....	69
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang.....	69
4.2.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang.	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian lain Yang Relevan	28
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	31
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi operasional	38
Tabel 3.3 Skala Likert	40
Tabel 3.4 Kriteria Hubungan Dua Variabel.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X_2).....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X_3)	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Penjualan (Y).....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.11 Hasil uji Analisis Linier Berganda	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefesien Korelasi.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	49
Gambar 4.2 Uji Normalitas	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas.....	62

ABSTRAK

MARSELLAH RAMADANI, Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami) (Di bawah bimbingan Bapak Muhammad Said, SE, M.Si dan Bapak Herlan Djunaidi, SE. M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 penjual Es Krim Aice Cabang Palembang pada kecamatan sukarami. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Persamaan regresi linier berganda $Y = 5,634 + 0,294 X_1 + 0,175 X_2 + 0,390 X_3$. Kualitas Produk terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima, terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk terhadap variabel Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang. Kepercayaan Pelanggan terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang dengan signifikan sebesar $0,0013 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima, terdapat pengaruh secara parsial Kepercayaan Pelanggan terhadap variabel Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang. Kepuasan Pelanggan terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima, terdapat pengaruh secara parsial Kepuasan Pelanggan terhadap variabel Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Penjualan

ABSTRACT

MARSELLAH RAMADANI, *The Influence of Product Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Sales of Aice Ice Cream at the Palembang Branch (A Case Study in Sukarami District) (Under the guidance of Mr. Muhammad Said, SE, M.Si., and Mr. Herlan Djunaidi, SE, M.Si.)*

This study aims to determine the influence of product quality, trust, and customer satisfaction on sales of Aice Ice Cream at the Palembang Branch (A Case Study in Sukarami District). The sample in this study was 83 Aice Ice Cream vendors at the Palembang Branch in Sukarami District. The analysis technique used was multiple linear regression analysis, processed using the computer program Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 24.

The results of the study indicate that there is an influence of Product Quality, Customer Trust and Customer Satisfaction on the variable of Aice Ice Cream Sales in Palembang Branch with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$ meaning H_0 is rejected or H_a is accepted. Multiple linear regression equation $Y = 5.634 + 0.294 X_1 + 0.175 X_2 + 0.390 X_3$. Product Quality on Aice Ice Cream Sales in Palembang Branch with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$ meaning H_0 is rejected or H_a is accepted, there is a partial influence of Product Quality on the variable of Aice Ice Cream Sales in Palembang Branch. Customer Trust on Aice Ice Cream Sales in Palembang Branch with a significance of $0.0013 < \alpha (0.05)$ meaning H_0 is rejected or H_a is accepted, there is a partial influence of Customer Trust on the variable of Aice Ice Cream Sales in Palembang Branch. Customer Satisfaction with Aice Ice Cream Sales at the Palembang Branch with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted, there is a partial influence of Customer Satisfaction on the Aice Ice Cream Sales variable at the Palembang Branch

Keywords: *Work Stress, Work Motivation, Incentives, Employee Performance*

RIWAYAT HIDUP

MARSELLAH RAMADANI, Palembang, 23 November 2003 dari Bapak usman dan Ibu Hasanah.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2015 di Sekolah Dasar SD Negeri 19 Banyuasin 1. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2018 di SMP Negeri 4 banyuasin 1. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2021 di SMA 3 Banyuasin 1. Pada tahun 2022 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2026

Marsellah Ramadani

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era modern saat ini, industri makanan dan minuman mengalami perkembangan pesat, termasuk produk olahan susu seperti es krim. Es krim tidak lagi dipandang sebagai makanan pelengkap, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama kalangan anak muda dan keluarga. Salah satu merek es krim yang berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia adalah Aice. Aice (PT Alpen Food Industry / Aice Group Holdings Pte. Ltd.) adalah perusahaan es krim asal Singapura yang masuk ke Indonesia sejak tahun 2014, dengan visi menjadikan produknya berkualitas tinggi, sehat, lezat, dan inovatif untuk masyarakat Asia Tenggara. Perusahaan ini memiliki beberapa pabrik di Indonesia, antara lain di Cikarang (Bekasi), Mojokerto (Jawa Timur), dan Sumatera Utara, serta memperoleh berbagai sertifikasi seperti Halal dari MUI, sistem jaminan keamanan pangan (HACCP), dan sistem mutu internasional seperti ISO. Berbagai varian produk ditawarkan mulai dari stik, cup, cones, mochi, hingga family pack dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga Aice bisa dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Serta selain fokus komersial, Aice juga aktif dalam inovasi cita rasa lokal dan kegiatan sosial seperti kolaborasi budaya, CSR, serta membuka fasilitas pabrik untuk wisata edukasi publik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pelanggan Es Krim Aice Cabang Palembang, ditemukan bahwa masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk. Beberapa pelanggan

menyampaikan bahwa rasa es krim terkadang tidak konsisten antara satu waktu pembelian dengan waktu lainnya, di mana ada perbedaan tingkat kemanisan dan tekstur es krim yang kadang terlalu lembek atau justru terlalu keras. Selain itu, beberapa pelanggan mengeluhkan kemasan yang mudah rusak atau bocor, terutama saat proses penyimpanan di toko yang suhunya kurang terjaga. Ada juga pelanggan yang menilai varian rasa masih kurang beragam dibandingkan dengan merek pesaing, sehingga pilihan konsumen menjadi terbatas. Permasalahan lain yang muncul adalah sebagian pelanggan merasakan kualitas bahan baku dan cita rasa es krim menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, yang menyebabkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap produk Aice sedikit menurun. Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa masih perlu adanya peningkatan dan pengawasan yang lebih baik terhadap kualitas produk agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara optimal.

Berdasarkan pernyataan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyadana et al., 2024) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mixue Di Kota Semarang” menyimpulkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pelanggan Es Krim Aice Cabang Palembang, diketahui bahwa tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk masih menghadapi beberapa permasalahan. Sebagian pelanggan menyampaikan bahwa mereka mulai ragu terhadap konsistensi mutu produk Aice karena pernah menemukan perbedaan rasa dan tekstur antara satu

kemasan dengan kemasan lainnya. Ada juga pelanggan yang meragukan keaslian produk saat membelinya di beberapa toko ritel, terutama karena kondisi penyimpanan di freezer yang tidak selalu baik sehingga menimbulkan kekhawatiran akan keamanan produk. Beberapa pelanggan juga menilai informasi terkait bahan baku dan tanggal kedaluwarsa pada kemasan kurang jelas terbaca, yang menimbulkan keraguan terhadap keamanan konsumsi. Selain itu, masih ada pelanggan yang merasa promosi atau iklan yang dilakukan oleh pihak Aice tidak selalu sesuai dengan kenyataan produk yang mereka terima. Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap merek Aice masih perlu diperkuat melalui peningkatan transparansi, konsistensi kualitas, serta komunikasi yang lebih jujur dan informatif kepada konsumen.

Berdasarkan pernyataan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Payakumbuh, 2025) dengan judul “Pengaruh Cita Rasa Dan Kepercayaan Terhadap Penjualan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Side Walk Kitchen Di Kota Payakumbuh” menyimpulkan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Es Krim Aice Cabang Palembang, diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk belum sepenuhnya optimal. Sebagian pelanggan menyampaikan bahwa mereka merasa kurang puas karena kualitas rasa es krim tidak selalu konsisten ada kalanya rasa terlalu manis, tekstur terlalu keras, atau justru cepat mencair. Selain itu, beberapa pelanggan mengeluhkan kemasan yang mudah rusak dan tampilan produk yang kurang menarik dibandingkan dengan merek pesaing. Ada juga

pelanggan yang merasa kecewa karena ketersediaan varian rasa favorit sering tidak lengkap di beberapa toko, sehingga pilihan menjadi terbatas. Di sisi lain, pelanggan menilai bahwa pelayanan di beberapa tempat penjualan masih kurang ramah dan kurang memperhatikan kebersihan area penyimpanan produk. Faktor-faktor tersebut membuat sebagian pelanggan merasa bahwa pengalaman membeli dan mengonsumsi es krim Aice belum memberikan kepuasan yang maksimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pihak Aice perlu meningkatkan konsistensi kualitas produk, memperbaiki kemasan, serta memastikan pelayanan yang lebih baik agar kepuasan pelanggan dapat terjaga secara berkelanjutan.

Berdasarkan pernyataan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ekonomi & Paramadina, 2023) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Pt. Tunas Dwipa Matra” menyimpulkan penjualan yang banyak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami) ”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami)?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami) ?
3. Apakah Kepercayaan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami)?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami).
2. Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami).

3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami).
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Kecamatan Sukarami).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Penjualan Es Krim Aice Cabang Palembang dalam melihat dan membuat keputusan terkait Hubungan Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan

3. Bagi almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis atau sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, W. (2023). *Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang*. 1(2).
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 19(02), 226–233.
- Caniago, A. (2022). *Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan*. 11(September), 219–231. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V11i3.652>
- Caniago, A., & Sudarmi, W. (2021). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Motivasi Karyawan Terhadap Kinerja Perusahaan* 1. 10(2007). <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i1.404>
- Ekonomi, F., & Paramadina, U. (2023). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Pt . Tunas Dwipa Matra Pendahuluan Nugroho (2015 : 162) Menjelaskan Bahwa Kepuasan Konsumen Merupakan Salah Satu Elemen Penting Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran Dalam Suatu Perusahaan .* 81–87.
- Hardani, Helmina Andriani, J. U., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2023). *No Title*. 9–34.
- Ilmu, F., Institut, A., Sosial, I., & Manajemen, D. (2019). *Kepuasan Pelanggan Abdul Gofur*. 4(1), 37–44.
- Imam, F., Muftin, A., Hidayat, F., Studi, P., Informasi, S., Teknik, F., Batam, U., Batam, K., Informasi, S., & Penjualan, S. I. (2023). *Sistem Informasi Penjualan*. 3(Desember).
- Information, B., Ice, A., & Branch, B. C. (2023). *Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Es Krim Aice Cabang Kota Bima Secara Online Berbasis Website*.
- Inovasi, D., Merek, K., & Produk, D. A. N. K. (2025). *Latar Belakang Dengan Teknologi Semakin Maju , Penggunaan Smartphone Bukan Hanya Sebagai Alat Komunikasi , Cetak , Televisi , Dan Internet . Pada Tahun 2019 , Oppo Menjadi Merek Smartphone Paling Populer Di*. 07(02), 609–618.

- Inspeksi, J., Cibatu, K., Bekasi, K., & Barat, J. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Digital Marketing Terhadap Produk Ms Glow Beauty Terlaris Di Berbagai Macam Produk Kosmetik Di Kosmetik Untuk Konsumen Wanita Maupun*. 5(2), 135–145.
- Kepuasan, T., Pada, K., Ko, C., Cok, W. E., & Solo, D. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo*. 6(1), 1–14.
- Malik, A. J. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan*. 3(1), 42–55.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). *Korelasi Keputusan Pembelian : Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4), 452–462.
- Payakumbuh, K. (2025). *Journal Of Science Education And Management Business*. 4, 267–274.
- Pembelian, K., Produk, K., Whitening, S., Kasus, S., Uin, F., & Utara, S. (2022). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Promosi , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 4(5), 1327–1342.
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i5.931>
- Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*. 3(1), 1–13.
- Putra, K., Indriyani, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *Cv Mitra Perkasa Utomo*. 7(2016).
- Putra, R., Manajemen, M. D., Harga, P., Produk, K., & Produk, K. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 516–524.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*.
- Timur, J. J. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap*. 7(2).
- Widyadana, D., Prihatini, A. E., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Pendahuluan*. 13(4).

