



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, penulis memberikan kesimpulan bahwa:

a. Mutu makanan

Baik di Mc Donald's maupun di Texas Chicken sudah cukup bagus dalam hal mutu makanan yang disajikan bagi konsumennya. Hal ini dapat ditinjau dari kebersihan makanan yang terjamin, sehingga konsumen tidak merasa khawatir dalam hal kesehatan apabila mengkonsumsinya. Rasa makanan yang disajikan juga sesuai dengan selera konsumen, dimana antara makanan yang disajikan oleh Mc Donald's maupun oleh Texas Chicken memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu juga tersedia berbagai macam menu makanan lain selain ayam seperti roti, kentang serta lainnya. Karena dengan terjaminnya mutu makanan yang disajikan, baik dalam hal kebersihan, rasa, macam, dan cara penyajian makanan akan menjadi salah satu faktor pertimbangan yang utama bagi konsumn untuk melakukan pembelian ulang, dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perkembangan maupun kemajuan baik bagi Mc Donald's maupun bagi Texas Chicken di masa yang akan datang.

b. Fasilitas layanan

Baik di Mc Donald's maupun di Texas Chicken sudah cukup baik dalam hal fasilitas layanan yang disediakan bagi konsumennya masing-masing. Kecakapan layanan yang diberikan sangat menyenangkan bagi konsumen. Begitu juga dengan fasilitas yang lain seperti layanan delivery yang sangat menguntungkan bagi konsumen, karena dengan adanya fasilitas tersebut konsumen tidak perlu repot-repot untuk datang dan membeli makanan yang disajikan, melainkan cukup dengan menelepon dan memesan makanan yang diinginkan, maka makanan tersebut akan diantar sampai ke rumah konsumen. Sedangkan situasi dan dekorasi yang diciptakan sangat menyenangkan, sehingga konsumen merasa nyaman dalam menikmati hidangan makanan yang disediakan.

c. Harga makanan

Harga makanan yang ditawarkan di Texas Chicken lebih terjangkau oleh konsumen apabila dibandingkan dengan harga makanan yang ditawarkan di Mc Donald's, atau dengan kata lain harga makanan yang ditawarkan di Mc Donald's lebih mahal apabila dibandingkan dengan di Texas Chicken. Hal ini dapat ditinjau dari adanya paket khusus yang menawarkan harga yang lebih murah. Selain itu paket khusus yang disertai dengan hadiah seperti Happy Meal di Mc Donald's sebenarnya sangat menarik, akan tetapi konsumen harus mengeluarkan uang lebih untuk memperoleh hadiahnya, sehingga hal ini kadang kala membuat konsumen merasa kecewa karena harga makanan yang ditawarkan dianggap mahal

5.2.Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan seperti di atas, maka perkenankan penulis menyampaikan dan memberikan masukan-masukan serta saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat dan berguna baik bagi Mc Donald's maupun bagi Texas Chicken:

1. Masalah mutu makanan

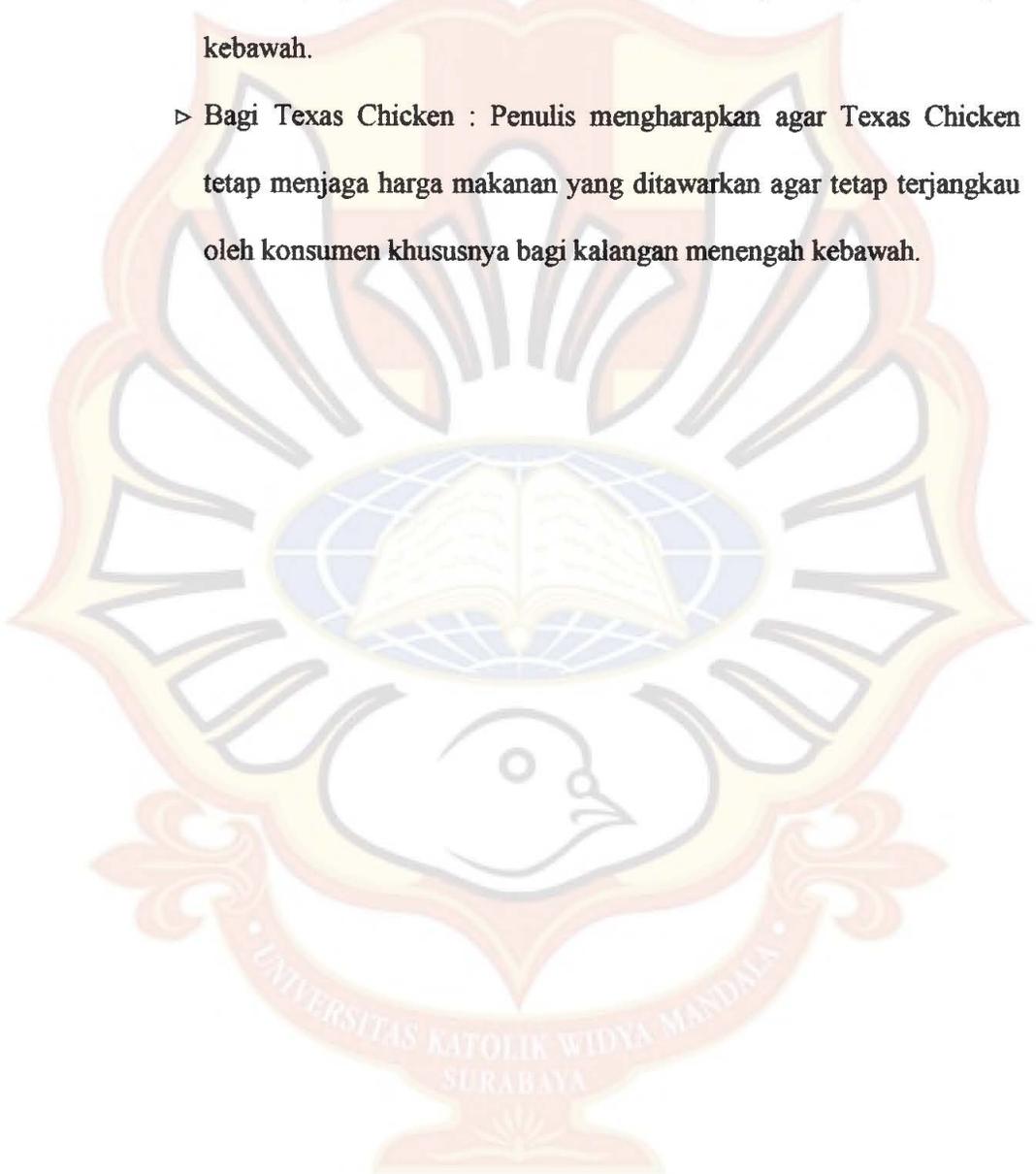
Penulis berharap agar Mc Donald's dan Texas Chicken terus berusaha keras untuk memberikan dan menjaga mutu makanan yang terbaik bagi konsumennya. Karena dengan adanya pengawasan mutu makanan yang baik, hal tersebut memegang peranan yang sangat penting baik bagi Mc Donald's maupun bagi Texas Chicken dalam mencapai keberhasilan usahanya serta tercapainya tujuan di dalam mengelola hasil produksinya. Dengan demikian konsumen akan memiliki loyalitas yang tinggi serta melakukan pembelian ulang baik terhadap Mc Donald's maupun Texas Chicken.

2. Masalah fasilitas layanan

Penulis berharap agar Mc Donald's dan Texas Chicken tetap mempertahankan bahkan meningkatkan dan lebih melengkapi fasilitas layanan yang telah disediakan bagi konsumennya. Karena dengan demikian akan memberikan kesan yang baik serta memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, sehingga akan menambah nilai positif baik bagi Mc Donald's maupun bagi Texas Chicken yang sangat berguna dalam mempengaruhi intensitas pembelian konsumen.

3. Masalah harga makanan

- ▷ Bagi Mc Donald's : Penulis menyarankan agar Mc Donald's lebih mempertimbangkan harga makanan yang ditawarkan agar dapat lebih terjangkau oleh konsumen khususnya bagi kalangan menengah kebawah.
- ▷ Bagi Texas Chicken : Penulis mengharapkan agar Texas Chicken tetap menjaga harga makanan yang ditawarkan agar tetap terjangkau oleh konsumen khususnya bagi kalangan menengah kebawah.





DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adam Jr, Everett, Ronald J, E. Ebert, 1992, *Production and Operation Management*, 4TH Edition, Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Ahyari, Agus, 1987, *Manajemen Produksi II*, Edisi Keempat, BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Assauri, Sofyan, 1980, *Manajemen Produksi*, Edisi Ketiga, LPFE, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Berry, Leonard, 1983, *Emerging Perspectives on Service Marketing*, American Marketing Association, Chicago.
- Boeuf, Michael Le, 1992, *Pelanggan Seumur Hidup*, Edisi I, Terjemahan, Pustaka Tangga, Jakarta.
- Bollen, William H, 1982, *Contemporary Retailing*, Second Edition, Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Busch, Paul S and Houston, Michael J, 1985, *Marketing*, Homewood, Inc.
- Carthy, E. Jerome Mc, 1992, *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu, 1993, *Statistik Induktif*, Juni, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Feigenbaum, Armand V, 1986, *Total Quality Control*, 3RD Edition, Singapore.
- Kinnear, Thomas C dan Bernhardt, Kenneth L, 1990, *Marketing*, 3RD Edition, Scotts Forestman Company, New York.
- Kotler, Philip, 1987, *Dasar-dasar Manajemen*, Terjemahan, Jilid 2, Edisi Ketiga, Intermedia Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *MARKETING MANAGEMENT: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9TH Edition, Prentice Hall International, Inc, Upper Saddle River, New Jersey 07458.
- Lovelock, Christopher H, 1991, *Service Marketing*, Second Edition, Prentice Hall, Inc, USA.
- Nitisemito, Alex S, 1991, *Marketing*, Cetakan Ketujuh, Ghalia Indonesia, Jakarta.

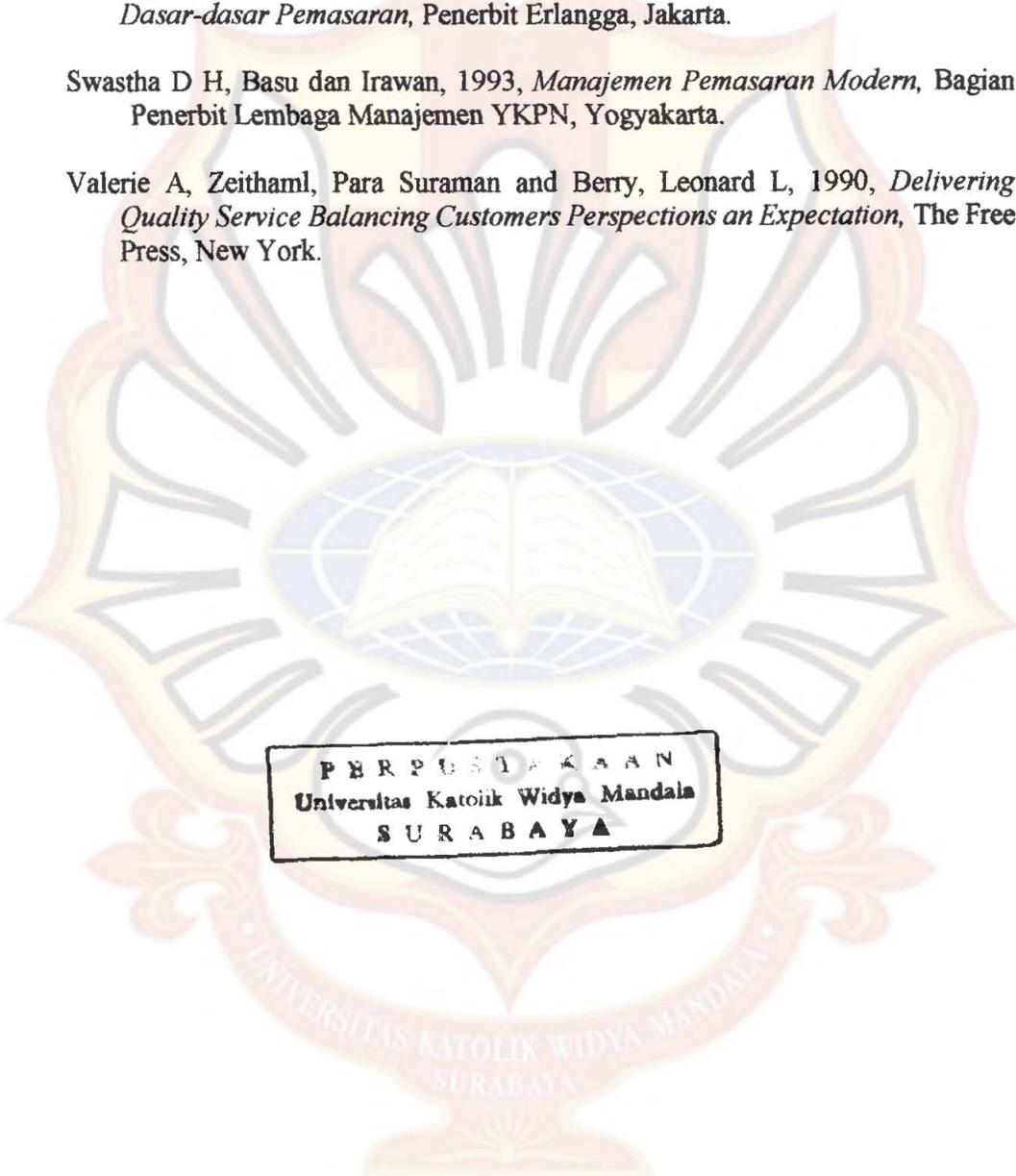
Reksohadiprodjo, Sukanto, dan Gitosudarmo, Indriyo, 1988, *Manajemen Produksi*, Edisi Keempat, Cetakan Pertama, BPFE, Gajah Mada, Yogyakarta.

Siahaan, Hotman M, dan Purnomo W, Tjahjo, 1999, *Membangun Paradigma Baru*, Cetakan Pertama, Penerbit Universitas Surabaya.

Simatupang, Albert J B, dan Pasaribu, T. John O, dan Sitompul, Rudy P, 1992, *Dasar-dasar Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Swastha D H, Basu dan Irawan, 1993, *Manajemen Pemasaran Modern*, Bagian Penerbit Lembaga Manajemen YKPN, Yogyakarta.

Valerie A, Zeithaml, Para Suraman and Berry, Leonard L, 1990, *Delivering Quality Service Balancing Customers Perspectives an Expectation*, The Free Press, New York.



PERPUSTAKAAN
Universitas Katolik Widya Mandala
SURABAYA

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA