

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan yakni *Delivery Service* merupakan jasa tambahan dari KFC yang juga memberikan kemudahan bagi konsumen agar lebih memanfaatkan waktu untuk melakukan aktivitas lainnya tanpa harus mengunjungi langsung di restoran KFC. Walaupun layanan ini masih belum efisien dikarenakan keterlambatan pengantaran makanan yang menyebabkan kualitas produk yang sudah tidak baik, dan juga dikarenakan faktor alat transportasi penunjang yang masih sangat kurang. Sehingga menciptakan ketidakpuasan pelanggan.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran kepada restoran KFC yakni saran bagi karyawan / petugas lebih mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam proses pengantaran pesanan. Agar nantinya tidak berdampak pada produk makanan dan minuman.

Bagi perusahaan sebaiknya agar menambah jumlah kendaraan operasional untuk kebutuhan layanan ini, karena dilihat dari pelanggan yang cukup banyak menggunakan layanan ini. dan sebaiknya lebih meningkatkan kualitas kerja karyawan terhadap layanan pesan antar sehingga akan terciptanya rasa kepuasan terhadap pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Karamoy, A. 2000. *Istilah Fast Food, Sukses Usaha Lewat Waralaba* PT Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta
- Sihite. 2000. *Pengertian Restoran*. Diunduh pada tanggal 20 Mei 2013 dari <http://Jurnal-bayu,made.blogspot/2009/11/pengertian-restaurant.html>
- Mawarsari. 2004. *Jasa Layanan Antar (Delivery Service)*. Diunduh pada tanggal 23 Mei 2013 dari [http://KFC.blogspot/2011/10/Produk KFC \(Delivery Service\)](http://KFC.blogspot/2011/10/Produk KFC (Delivery Service))
- Sedarmayanti. 2001. *Peningkatan Kinerja Karyawan (Efisiensi Kerja)*
- Sinungan. 2005. *Efisiensi Kerja*. Diunduh pada tanggal 20 Mei 2013 dari <http://Jurnal-Efisiensi.blogspot/2012/11/efisiensi-kerja.html>
- Purwaningsih. 2006. *LPMM (Lembaga Penelitian Pangan Masyarakat) Terhadap Bisnis Waralaba*
- Torsina. 2000. *Jenis Restoran, Usaha Restoran yang Sukses* PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Tjiptono, 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono. 2002. *Pengertian Pelanggan* PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Wadono. 2003. *Beberapa Tingkatan Pelanggan* PT. Hot Cwie Mie, Malang.