



Evaluasi Kualitas Pelayanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Hewan

Winda Syafitri^{1*}, Rizki Prafitri², Hari Dwi Utami³

¹ Program Magister Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya Brawijaya, Indonesia

² Balai Penerapan Standar Instrumen Pertanian (BPSIP) Jawa Timur, Indonesia

Alamat: Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Ketawanggede, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145

Korespondensi penulis: winda.dvm@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze service quality in veterinary clinics and its impact on customer satisfaction. In the animal health industry, service quality is a key factor in ensuring customer comfort and pet welfare. This study reviews various studies that use quantitative, qualitative, or mixed methods approaches in measuring service aspects. Several dimensions of service quality analyzed include reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The results of the study indicate that empathy and responsiveness factors have the most significant influence on customer satisfaction, followed by reliability and assurance. Tangibles, such as clinic facilities and cleanliness, also play a role in shaping customer perceptions of the services provided. Although this study provides valuable insights, there are several limitations, such as limited coverage and lack of exploration of qualitative data. Therefore, further research is recommended to expand the geographical coverage and combine quantitative and qualitative methods to gain a deeper understanding. In addition, comparisons with human health services can provide new perspectives on customer expectations of veterinary clinics. The findings of this study are expected to be a reference for veterinary clinic owners and managers in improving service quality and customer satisfaction.*

Keywords: *animal clinic, customer, , qualitative, quantitative, service*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan di klinik hewan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Dalam industri kesehatan hewan, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam memastikan kenyamanan pelanggan serta kesejahteraan hewan peliharaan. Kajian ini mengulas berbagai penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, atau metode campuran dalam mengukur aspek pelayanan. Beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dianalisis meliputi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor empati dan daya tanggap memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh keandalan dan jaminan. Aspek bukti fisik, seperti fasilitas klinik dan kebersihan, juga berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, terdapat beberapa keterbatasan, seperti cakupan wilayah yang terbatas dan kurangnya eksplorasi terhadap data kualitatif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan geografis serta mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, perbandingan dengan layanan kesehatan manusia dapat memberikan perspektif baru terkait ekspektasi pelanggan terhadap klinik hewan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemilik dan pengelola klinik hewan dalam meningkatkan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan.*

Kata Kunci: *klinik hewan, kualitatif, kuantitatif, pelanggan, pelayanan*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan era globalisasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat kompetitif, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Di Indonesia sendiri, dari tahun ke tahun dunia usaha juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama dengan adanya perdagangan bebas ASEAN Free Trade Area (AFTA) sejak tahun 2003 dan *Asian Pacific Economic Corporation* (APEC) sejak tahun 2020 memberikan kesempatan bebas kepada pelaku bisnis untuk memasarkan produknya secara sehingga persaingan dunia bisnis menjadi semakin ketat, misalnya persaingan promosi yang semakin meningkat dan semakin banyak jenis produk dan jasa yang ditawarkan. Hal ini juga menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan sehingga konsumen lebih selektif dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka gunakan (Anugrah, 2003).

Pelayanan kesehatan hewan merupakan salah satu bidang bisnis yang saat ini sangat berkembang pesat di pasar global (Bayer, 2023). Di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Klinik hewan banyak diminati dalam kurun beberapa dekade terakhir dan terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Secara definisi, Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 Tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan, Pelayanan kesehatan hewan merupakan kegiatan pelayanan kesehatan hewan yang meliputi pelayanan jasa laboratorium veteriner, pelayanan jasa laboratorium pemeriksaan dan pengujian veteriner, pelayanan jasa medik veteriner, dan/atau pelayanan jasa di pusat kesehatan hewan atau pos kesehatan hewan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 Tentang Peternakan Dan Kesehatan Hewan). Sedangkan menurut keputusan kepala badan standardisasi nasional nomor 417/kep/bsn/9/2023 tentang penetapan SNI 9184:2023 pelayanan kesehatan hewan, klinik hewan adalah unit pelayanan kesehatan hewan yang memiliki dokter hewan sebagai penanggung jawab layanan medik, dan memiliki fasilitas untuk penanganan hewan (Keputusan kepala Badan Standardisasi Nasional nomor 417/kep/bsn/9/2023 tentang penetapan SNI 9184:2023). Secara umum klinik hewa memberikan layanan diagnosis, pengobatan dan pencegahan penyakit, perawatan kesehatan bagi hewan, pemeriksaan kesehatan rutin, vaksinasi, operasi kecil, penanganan darurat, pelayanan reproduksi serta konsultasi gizi dan perilaku hewan, baik pada hewan peliharaan, ternak, maupun hewan liar.

Klinik hewan biasanya dikelola oleh dokter hewan yang memiliki kompetensi profesional dalam memberikan pelayanan medis untuk hewan.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah hewan peliharaan yang cukup tinggi dan memiliki pasar potensial. Pangsa pasar hewan peliharaan di Indonesia mencapai 15,6% di Asia Tenggara. Pertumbuhan hewan peliharaan di Indonesia diperkirakan akan mencapai 7,1% hingga 2020. Laju pertumbuhan ekonomi tersebut memiliki dampak terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, salah satunya adalah bertambahnya pemilik hewan peliharaan. Dengan bertambahnya pemilik hewan, tumbuh kesadaran akan pentingnya kesejahteraan hewan (*animal welfare*), serta bertambahnya komunitas pecinta hewan peliharaan (Dassanayake dan Weerasiri, 2017; Sadewo dkk., 2021).

Keberadaan klinik hewan memiliki peranan penting untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatan dan kesejahteraan hewan peliharaannya. Adanya peluang ini menimbulkan tantangan berupa persaingan bisnis yang sangat kompetitif di antara klinik hewan. Strategi untuk dapat berkembang adalah dengan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal ini dapat dicapai dengan memberikan tingkat kualitas layanan yang memuaskan (Subia et al. 2022). Studi literatur menyatakan bahwa faktor loyalitas pelanggan secara signifikan memfasilitasi dan berkontribusi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas keunggulan klinik hewan dibandingkan kompetitor (Alkufahya et al., 2023). Hal ini merupakan aset strategis penting yang membantu perusahaan mengamankan pemasukan di masa depan melalui keuntungan yang diperoleh dari pelanggan dan mengembangkan kinerja finansial dan nonfinansial perusahaan serta meningkatkan profit perusahaan (Kamran Disfani et al., 2017). Konsep loyalitas pelanggan secara umum menunjukkan dan mendefinisikan sikap positif yang dibentuk oleh pelanggan terhadap produk atau layanan tertentu yang menghasilkan perilaku pembelian berulang yang lebih sering (Anderson dan Srinivasan, 2003). Oleh karena itu review ini bertujuan untuk mengkaji beberapa aspek antara lain menganalisis metode yang digunakan dalam penelitian tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Klinik Hewan, mengevaluasi temuan penelitian terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan memberikan kritik dan saran untuk penelitian selanjutnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini berdasarkan pada publikasi Jamaludin and Anugrah (2025) dengan beberapa penyesuaian. Sumber data dalam penelitian ini mencakup berbagai referensi akademik dan industri, termasuk artikel jurnal ilmiah, laporan industri terkini, serta studi kasus yang membahas implementasi strategi peningkatan kualitas layanan dan kepuasan Pelanggan di Klinik Hewan. Pemilihan literatur didasarkan pada kriteria ketat untuk memastikan relevansi dan kredibilitas, yaitu: publikasi yang secara spesifik mengulas tentang kualitas layanan serta dampak terhadap kepuasan pelanggan di klinik hewan serta literatur yang berfokus pada penelitian yang mengeksplorasi aspek integrasi strategi peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan Pelanggan di klinik hewan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayana Kesehatan Hewan di Indonesia

Pelayanan kesehatan hewan di Indonesia diatur secara rinci oleh beberapa ketentuan ketentuan yang jelas yang tertera di dalam beberapa undang – undang, antara lain :

1. Badan Standar Nasional. 2023. Keputusan kepala badan standardisasi nasional nomor 417/kep/bsn/9/2023 tentang penetapan SNI 9184:2023 pelayanan kesehatan hewan – Rumah Sakit Hewan, Klinik Hewan, dan Praktik Dokter Hewan Mandiri
2. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 12 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Lingkup Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Standar Nasional Indonesia (SNI) dengan nomor SNI 9184:2023, Pelayanan kesehatan hewan – Rumah sakit hewan, klinik hewan, dan praktik dokter hewan mandiri, yang dalam bahasa merupakan suatu standar baru yang disusun dan ditetapkan oleh BSN Tahun 2023 dengan jalur pengembangan

sendiri. Standar SNI ini digunakan sebagai dasar acuan dalam menetapkan persyaratan pelayanan rumah sakit hewan, klinik hewan, dan praktik dokter hewan mandiri. Jenis Jenis pelayanan kesehatan hewan di dalam standar SNI terbagi menjadi 3 (tiga): 1) pemberian diagnosis dan prognosis penyakit hewan; 2) tindakan transaksi terapeutik; 3) konsultasi kesehatan hewan dan pendidikan klien dan/atau masyarakat mengenai kesehatan hewan dan lingkungan. Sedangkan kategori unit pelayanan kesehatan hewan dalam standar SNI terdiri dari: 1) rumah sakit hewan; 2) klinik hewan; 3) praktik dokter hewan mandiri. Rumah sakit hewan adalah unit pelayanan kesehatan hewan yang dikelola oleh suatu manajemen yang salah satunya memiliki dokter hewan sebagai penanggung jawab layanan medik, dan memiliki fasilitas tertentu untuk pengamatan hewan yang mendapat gangguan kesehatan, pelayanan gawat darurat, laboratorium, rawat inap, unit penanganan intensif, ruang isolasi, serta dapat menerima jasa layanan medik veteriner yang bersifat rujukan. Klinik hewan adalah unit pelayanan kesehatan hewan yang memiliki dokter hewan sebagai penanggung jawab layanan medik, dan fasilitas untuk penanganan hewan. Sedangkan praktik dokter hewan mandiri merupakan unit pelayanan kesehatan hewan yang dikelola oleh satu dokter hewan yang mempertanggungjawabkan semua tindakannya secara individual

Korelasi Antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Klinik Hewan

Definisi kualitas layanan yaitu kemampuan dari penyedia jasa layanan untuk dapat memuaskan pelanggannya secara efisien sehingga berdampak positif bagi kinerja perusahaannya (Yunita *et al.*, 2022). Kualitas layanan memainkan peran penting dalam memastikan kepuasan pelanggan di berbagai industri yang berorientasi pada layanan, termasuk perawatan kesehatan hewan. Layanan kesehatan hewan, khususnya di klinik hewan yang dikelola secara pribadi oleh dokter hewan, memerlukan kualitas layanan baik untuk memenuhi ekspektasi dari pemilik hewan peliharaan yang menuntut perawatan dan penanganan yang baik untuk hewan peliharaan mereka mereka. Memahami bagaimana kualitas layanan dimata konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di klinik hewan sangat penting untuk meningkatkan layanan veteriner, memastikan retensi pelanggan, dan mempertahankan keunggulan dari klinik hewan dibandingkan kompetitif (Akram *et al.*, 2022).

Secara definisi, konsep kualitas layanan mencakup sejauh mana suatu layanan produk atau jasa dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Elte et al., 2021; Saraswati, 2022). Jadi, kualitas layanan suatu perusahaan merupakan konsep multidimensi yang mencakup banyak faktor misalnya keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan hal-hal nyata lainnya (Akram et al., 2022). Dalam konteks klinik hewan, kualitas layanan dapat mencakup keahlian profesional veteriner, efisiensi pemberian layanan, kebersihan fasilitas, dan pengalaman keseluruhan pemilik hewan peliharaan dan lain lain (Herron and Lord, 2012; Elte et al., 2021).

Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui oleh kualitas produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan (Kim & Shim, 2019). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: Kualitas Produk/Layanan, harga, pelayanan, kemudahan akses, dan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan layanan perusahaan. Kepuasan pelanggan sangat penting karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, membangun reputasi bisnis yang baik, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Herron and Lord, 2012). Kepuasan pelanggan klinik hewan akan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Tingkat kepuasan yang tinggi oleh pemilik hewan peliharaan akan membuat pelanggan cenderung kembali untuk memperoleh layanan di klinik yang sama di masa mendatang dan akan merekomendasikan klinik tersebut kepada orang lain (Alkufahya et al., 2023). Beberapa faktor berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan antara lain: kualitas perawatan hewan, komunikasi yang efektif dengan konsumen, aksesibilitas dan kenyamanan klinik, harga yang transparan, dan dukungan emosional dari staf pelayanan.

Perawatan klinik hewan yang berkualitas tinggi dapat memastikan bahwa hewan peliharaan pelanggan dapat menerima diagnosis yang akurat dan perawatan yang efektif serta tenaga ahli dokter hewan yang terampil dan dapat mengikuti perkembangan medis terkini akan sangat berkontribusi terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Chuenyindee et al., 2022). Disamping itu, komunikasi yang efektif antara dokter hewan dan pemilik hewan peliharaan, sehingga pelanggan dapat mendapatkan informasi yang jelas tentang diagnosis, rencana perawatan, dan tindakan pencegahan dengan cara yang mudah dipahami akan sangat berkontribusi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Aksesibilitas

dan kenyamanan klinik misalnya penjadwalan janji temu yang nyaman dan akurat, adanya layanan darurat, dan jam operasional yang lebih panjang sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen juga akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga dan transparansi harga yang wajar dalam penagihan juga berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang positif. Selain itu dukungan emosional dari staf klinik dalam menangani hewan peliharaan yang sakit dan komunikasi yang dapat membuat pemilik hewan peliharaan menjadi lebih tenang akan sangat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian menunjukkan korelasi yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Ketika klinik menyediakan layanan berkualitas tinggi dan pemilik hewan peliharaan merasa dihargai maka akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan terhadap klinik. Hal ini, pada gilirannya, menghasilkan pemasaran dari mulut ke mulut yang positif dan kunjungan berulang. Sebaliknya, kualitas layanan yang buruk menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, ulasan negatif, dan berkurangnya retensi klien. Klinik yang gagal memenuhi harapan pelanggan mungkin kesulitan mempertahankan klien tetap, yang memengaruhi keberhasilan jangka panjang mereka (Herron and Lord, 2012).

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat di mana layanan aktual yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan untuk layanan tersebut (Kim & Shim, 2019). Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai "sensasi, sikap, atau keinginan yang dimiliki pelanggan terhadap layanan atau produk setelah menggunakannya." Ukuran kuantitatifnya adalah sebagian kecil konsumen yang melaporkan memiliki pengalaman dengan bisnis, produk, atau layanan yang "melampaui" harapan mereka. Kualitas layanan yang diberikan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan (Chuenyindee et al., 2022; Prasetyo et al., 2025).

Meskipun beberapa orang mendefinisikan kualitas layanan sebagai "keunggulan keseluruhan pelanggan" atau "keunggulan layanan yang diberikan," (Yunita et al., 2022) mendefinisikannya sebagai "hasil dari prosedur evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka yakini telah mereka terima." Sederhananya, ia membandingkan "tingkat kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta kepuasan mereka terhadap layanan" dengan "hasil persepsi pelanggan terhadap layanan yang dipersepsikan dan diharapkan, serta hubungan operasional antara variabel seperti kualitas teknis dan operasional." (Saraswati, 2022) berpikir bahwa

kualitas layanan merupakan bagian dinamis dari model kepuasan pelanggan, sementara yang lain berpikir itu adalah bagian penting dari model bisnis yang berpusat pada pelanggan.

Metode Pengukuran Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Beberapa metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. Metode Survei dan Kuesioner Metode SERVQUAL (*Service Quality*)

Metode ini menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan atau dikenal juga dengan metode SERVQUAL (*Service Quality*). Metode SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan model yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Penilaian kualitas (*Service Quality*) adalah bidang studi multidisiplin penting yang mencakup studi operasi, sistem informasi, dan pemasaran (Gupta et al., 2023). Metode ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1985 dan menjadi alat yang umum digunakan dalam berbagai industri, termasuk layanan kesehatan, pendidikan, dan perhotelan. Metode SERVQUAL membandingkan dua aspek utama yaitu Harapan pelanggan (*Expected Service*) dan Persepsi pelanggan (*Perceived Service*). Harapan pelanggan merupakan standar atau ekspektasi pelanggan terhadap layanan. Sedangkan Persepsi pelanggan (*Perceived Service*) merupakan pengalaman nyata pelanggan setelah menerima layanan. Apabila hasil analisis menunjukkan bahwa kenyataan yang diperoleh lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan bermutu baik, sedangkan apabila hasil analisis menunjukkan bahwa kenyataan kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan kurang bermutu (Pasuraman, 1988).

Metode SERVQUAL menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama yaitu:

- a. *Reliability* (Keandalan) yaitu nilai konsistensi dan keakuratan layanan (barang atau jasa) yang diberikan oleh penyedia layanan (perusahaan). Contohnya, keakuratan dokter hewan di suatu klinik hewan dalam memberikan hasil diagnosis dan perawatan yang tepat terhadap hewan peliharaan (Zuo et al., 2022; Prasetioa et al., 2025).
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah kemampuan dan kesiapan staf Perusahaan dalam melayani pelanggan. Contohnya kecepatan staf perusahaan dalam merespons pertanyaan atau permintaan bantuan dari pelanggan (Zuo et al., 2022; Prasetioa et al., 2025).

- c. *Assurance* (Jaminan) adalah keahlian dan profesionalisme, serta rasa percaya yang diberikan oleh staf dan tenaga medis klinik hewan kepada pelanggan (Zuo et al., 2022; Prasetioa et al., 2025).
- d. *Empathy* (Empati) merupakan kepedulian dan perhatian individu yang diberikan oleh penyedia layanan terhadap kebutuhan pelanggan (Zuo et al., 2022; Prasetioa et al., 2025).
- e. *Tangibles* (Bukti Fisik) adalah aspek-aspek layanan yang dapat dilihat secara nyata, misalnya kebersihan, fasilitas, kenyamanan lingkungan, dan kelengkapan peralatan (Sinollah and Masruro, 2019; Zuo et al., 2022).

Analisis kualitas layanan dengan Metode Servqual diawali dengan metode kuisioner yaitu menyebarkan kuesioner yang berisi item item pertanyaan yang memiliki dua jawaban dengan skala (Likert) kepada sejumlah responden konsumen. Pilihan dua jawaban tersebut menggambarkan apakah menurut pelanggan hal tersebut penting untuk dilakukan atau tidak, serta apakah kinerjanya baik atau tidak. Misalnya contoh pertanyaan sebagai berikut:

1. Keramahan karyawan terhadap pelanggan apakah menurut anda tidak penting (1→5) penting ?
2. Kulaitas kinernya apakah menurut anda tidak penting (1→5) penting?

Setelah data dari kuisioner diperoleh, maka dapat dihitung nilai rata-rata tiap pertanyaan dari seluruh responden, dengan menggunakan persamaan (Supranto, 2001):

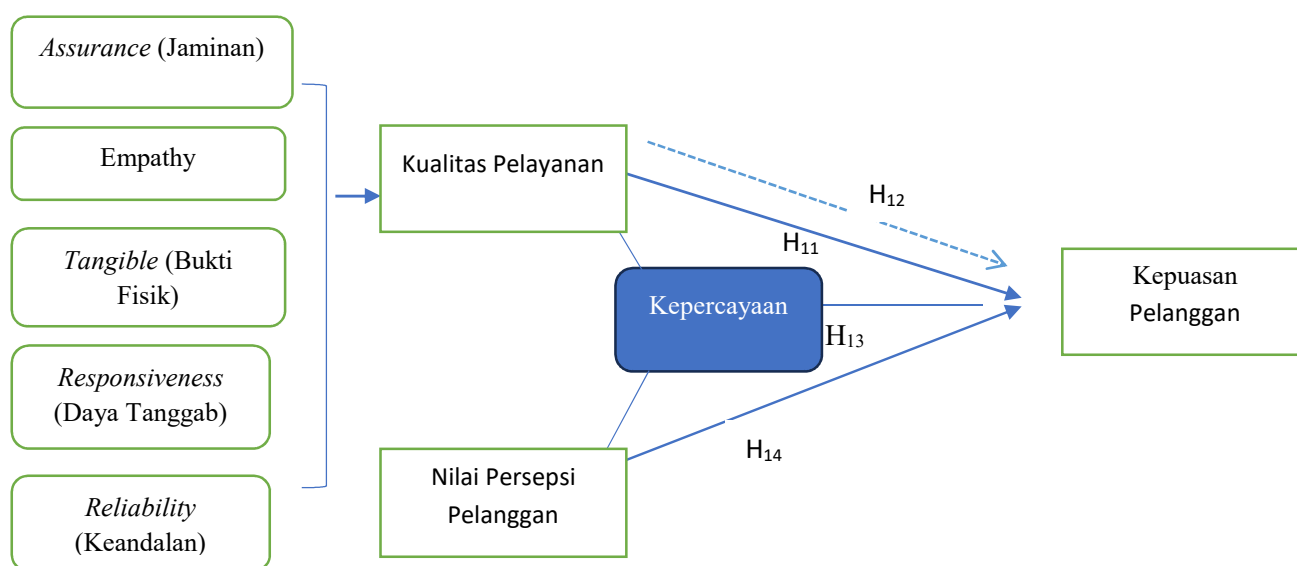
$$X \text{ (rata rata)} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \dots\dots\dots(1)$$

$$Y \text{ (rata rata)} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n} \dots\dots\dots(2)$$

X (rata rata) adalah nilai skor rata-rata tingkat kepuasan/realita. Sedangkan \bar{Y} (rata rata) adalah skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi. n adalah jumlah responden. Jika hasil perhitungan menunjukkan nilai negatif, berarti layanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan, menandakan adanya ketidakpuasan. Sebaliknya, jika hasilnya positif, layanan dianggap berkualitas tinggi (Prasetioa et al., 2025).

Metode SERVQUAL memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan. Keunggulan metode ini antara lain:memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai kepuasan pelanggan, dapat digunakan untuk perbaikan layanan secara berkelanjutan dan dapat

mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam sebuah layanan. Sedangkan kelemahan metode SERVQUAL adalah: (1) terkadang harapan pelanggan sulit diukur karena subjektif, (2) Tidak selalu cocok untuk layanan yang sangat kompleks, (3) Memerlukan analisis lebih lanjut untuk menentukan solusi terbaik berdasarkan hasil survei (Sinollah anfp Masruro. 2019; Prasetioa et al., 2025).



Gambar 1. Model studi Analisis kepuasan pelanggan pada klinik hewan

Keterangan :

Dimensi Kualitas Layanan (X)

a. Assurance (Jaminan) (X1)

- X1.1 Dokter hewan harus memiliki pendidikan dan izin praktik yang jelas.
- X1.2 Layanan yang disediakan klinik hewan transparan dan jujur. Dokter hewan harus menjelaskan kondisi hewan secara detail agar pemilik memahami langkah pengobatan yang diberikan.
- X1.3. Harga yang Jelas dan Terjangkau. Klinik harus memberikan informasi harga layanan dengan transparan agar pelanggan tidak merasa dirugikan.
- X1.4.Jaminan Keamanan Hewan. Menyediakan prosedur yang memastikan hewan peliharaan mendapatkan perawatan yang aman dan higienis

- X1.5. Sistem Rekam Medis yang Teratur. Klinik yang memiliki catatan medis lengkap membantu memberikan perawatan berkelanjutan dengan lebih baik.
- b. Empathy (X2)
- X2.1. Keterampilan komunikasi yang ramah dan penuh perhatian untuk staf dan dokter hewan di klinik hewan.
 - X2.2. Meningkatkan interaksi yang personal antara staf, dokter hewan dan pemilik hewan pemeliharaan misalnya mengirimkan jadwal vaksinasi atau check-up melalui pesan WhatsApp atau email.
 - X2.3. Menciptakan lingkungan yang ramah dan nyaman.
 - X2.4. Menyediakan dukungan emosional bagi pelanggan, misalnya memberikan dukungan psikologis kepada pemilik ketika mengalami kondisi kritis.
- c. Tangible (Bentuk Fisik Layanan) (X3)
- X3.1. Kebersihan dan Kerapihan Klinik
 - X3.2. Desain Interior yang Nyaman
 - X3.3. Sirkulasi Udara dan Ventilasi yang Baik
 - X3.4. Ketersediaan Alat Medis Modern
 - X3.5. Kelengkapan Obat dan Perlengkapan Medis
 - X3.6. Sistem Digitalisasi dan Rekam Medis Elektronik
 - X3.7. Penampilan dan Profesionalisme Staf
 - X3.8. Kelengkapan dan Kenyamanan Sarana Pendukung Ruang Tunggu yang nyaman
 - X3.9. Ruang perawatan atau ruang inap hewan yang bersih dan higienis
 - X3.10. Aksesibilitas dan Tempat Parkir yang memadai
- d. Responsiveness (Daya Tanggab) (X4)
- X4.1. Waktu Tunggu yang Minimal: Pelanggan mengharapkan proses pemeriksaan dan perawatan dilakukan dengan cepat tanpa antrean panjang.
 - X4.2. Respons Cepat terhadap Permintaan: Klinik harus sigap dalam menangani keadaan darurat atau pertanyaan pelanggan.
 - X4.3. Pelayanan Darurat yang Efektif

- e. Reliability (Keandalan) (X5)
 - X5.1. Keandalan ketepatan diagnosis
 - X5.2. Konsistensi dalam penanganan medis
 - X5.3. Kepastian jadwal pelayanan.

- f. Karakteristi Konsumen:
 - Gender (X6)
 - Umur (X7)
 - Pekerjaan (X8)
 - Pendidikan (X9)
 - Penghasilan (X10)
- g. Kepuasan Konsumen (Y) :
 - Kembali memilih pergi ke klinik hewan yang sebelumnya (Y₁)
 - Merekomendasikan klinik hewan kepada orang lain (Y₂)
 - Kesesuaian antara harga dengan kualitas pelayanan di klinik hewan. (Y₃)

- h. Nilai Persepsi Konsumen : Tingkat persepsi Konsumen terhadap Layanan yang diberikan. Nilai persepsi konsumen adalah penilaian subjektif yang diberikan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan pengalaman, harapan, dan informasi yang mereka miliki. Dalam konteks klinik hewan, persepsi konsumen mencerminkan bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan faktor seperti keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik.

- i. Customer Satisfaction Index: Indeks Kepuasan Konsumen terhadap Layanan yang diberikan. Customer Satisfaction Index (CSI) adalah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. CSI dihitung berdasarkan berbagai indikator yang mencerminkan pengalaman pelanggan, seperti kualitas layanan, harga, ekspektasi, dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks klinik hewan, CSI dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa puas pelanggan terhadap

pelayanan yang diberikan, dengan mempertimbangkan faktor seperti keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik.

2. Metode Wawancara dan Umpan Balik Langsung

Metode wawancara digunakan untuk memperoleh masukan dari pelanggan mengenai pengalaman mereka. Terdapat beberapa jenis wawancara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Metode Wawancara Terstruktur yaitu menggunakan daftar pertanyaan tetap dan memudahkan analisis karena jawabannya lebih terarah (Utibe, 2020). Misalnya saja "Bagaimana pengalaman Anda saat membawa hewan ke klinik ini?"
- b. Wawancara Semi-Terstruktur yaitu menggunakan pertanyaan utama, tetapi pelanggan dapat memberikan jawaban yang lebih luas. Metode ini cocok untuk menggali lebih dalam tentang kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan (Utibe, 2020).
- c. Wawancara Tidak Terstruktur yaitu berbentuk percakapan bebas tanpa format khusus. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk berbagi pengalaman secara alami. Biasanya digunakan untuk memahami emosi atau opini yang tidak bisa diungkapkan dalam survei tertulis (Utibe, 2020).

Sedangkan metode umpan balik langsung adalah masukan yang diberikan pelanggan secara spontan atau setelah menerima layanan (Carter et al., 2016). Ini bisa berupa komentar lisan, ulasan online, atau keluhan yang disampaikan langsung kepada staf.

Terdapat beberapa jenis umpan balik langsung, yaitu:

- a. Umpan Balik Lisan yaitu diberikan langsung oleh pelanggan kepada staf setelah menerima layanan. Misalnya pelayanannya yang sangat baik, tetapi saya berharap waktu tunggu lebih singkat (Carter et al., 2016).
- b. Umpan Balik Melalui Media Digital yaitu bisa berupa ulasan di Google Review, media sosial, atau WhatsApp klinik. Misalnya klinik ini sangat bersih dan stafnya ramah. Harga juga masuk akal.
- c. Kotak Saran di Klinik yaitu pelanggan bisa menuliskan kritik dan saran secara anonim. Hal ini bisa membantu untuk mendapatkan umpan balik yang jujur dari pelanggan.

Keunggulan dari metode wawancara dan umpan balik langsung: (1) Mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dibanding survei tertulis. (2) Pelanggan merasa lebih dihargai ketika pendapat mereka didengar secara langsung. (3) Bisa langsung menindaklanjuti masalah yang dihadapi pelanggan. Sedangkan kerugiannya adalah : (1) Wawancara membutuhkan waktu lebih lama dibanding survei tertulis. (2) Tidak semua pelanggan merasa nyaman memberikan umpan balik langsung. (3) Jika tidak dikelola dengan baik, kritik dari pelanggan bisa berdampak negatif pada reputasi klinik.

3. Review Online dan Media Sosial

Merupakan metode mengukur kepuasan pelanggan dengan menganalisis komentar dan rating yang diberikan oleh pelanggan di Google Reviews, Instagram, atau platform lainnya. Seiring perkembangan teknologi, review online dan media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam menganalisis kepuasan pelanggan. Pelanggan kini lebih sering berbagi pengalaman mereka melalui platform digital, baik dalam bentuk ulasan, komentar, atau rating. Klinik hewan dapat memanfaatkan data ini untuk mengevaluasi kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Camilleri and Filieri, 2023).

Beberapa platform utama yang sering digunakan pelanggan untuk memberikan review klinik hewan antara lain:

- a. Google Reviews: Pelanggan dapat memberikan rating (1-5 bintang) serta menuliskan ulasan tentang pengalaman mereka.
- b. Facebook Reviews: Memberikan ulasan di halaman Facebook bisnis klinik.
- c. Website Klinik: Klinik dapat menyediakan halaman testimoni di website mereka.
- d. Marketplace atau Aplikasi Booking Veteriner: Misalnya, ulasan di aplikasi seperti GoVet atau PetBacker.

Analisis review online dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: (1) analisis kuantitatif dan (2) analisis kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung skor rata-rata yaitu menghitung rating rata-rata dari pelanggan dan menghitung tren perubahan rating yaitu apakah skor meningkat atau menurun dari waktu ke waktu. Sedangkan analisis kualitatif dikelompokkan ke dalam beberapa kategori yaitu: pelayanan staf, kualitas pengobatan, waktu tunggu, harga layanan, kebersihan klinik dan mengidentifikasi pola atau masalah yang sering disebutkan pelanggan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di klinik hewan meliputi:

1. **Waktu Tunggu:** Waktu tunggu merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dalam layanan yang melibatkan interaksi langsung, seperti klinik hewan (Prasetioa et al., 2025). Waktu tunggu yang singkat mencerminkan efisiensi layanan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan mendapatkan layanan dengan cepat dan sesuai harapan, mereka akan lebih puas. Sebaliknya waktu tunggu yang lama dapat berefek pada tingkat kepuasan yang rendah. Jika pelanggan merasa harus menunggu terlalu lama tanpa kejelasan, mereka cenderung merasa frustrasi dan tidak puas, yang bisa berdampak pada reputasi layanan.
2. **Harga Layanan:** Harga layanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Prasetioa et al., 2025). Pelanggan cenderung menilai kepuasan mereka berdasarkan apakah harga yang mereka bayar sesuai dengan kualitas layanan yang diterima (value for money). Jika pelanggan merasa bahwa harga layanan sebanding dengan kualitas yang mereka terima, mereka akan lebih puas dan cenderung kembali menggunakan layanan tersebut. Jika pelanggan merasa harga terlalu tinggi tetapi kualitas layanan buruk, mereka akan merasa kecewa dan berpotensi mencari alternatif lain. Sedangkan Harga yang rendah mungkin menarik pelanggan, tetapi jika kualitas layanan tidak memadai, kepuasan akan tetap rendah.
3. **Komunikasi Staf dan Dokter Hewan:** Jika staf dan dokter hewan berkomunikasi dengan jelas, ramah, dan memberikan informasi yang mudah dipahami, pelanggan akan merasa dihargai dan lebih percaya terhadap layanan yang diberikan. Sedangkan jika dokter hewan atau staf tidak menjelaskan kondisi hewan dengan baik, terburu-buru, atau bersikap kurang ramah, pelanggan bisa merasa tidak puas dan kehilangan kepercayaan. Faktor-faktor komunikasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kejelasan informasi, sikap ramah dan empati, kesabaran dalam menjawab pertanyaan, transparansi dalam diagnosis dan pengobatan (Prasetioa et al., 2025).
4. **Fasilitas Pendukung:** Fasilitas pendukung dalam sebuah klinik hewan, seperti ruang tunggu, peralatan medis, dan kebersihan lingkungan, memainkan peran penting dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan (Hanif et al., 2010; Prasetioa et al., 2025). Pelanggan tidak hanya menilai layanan berdasarkan perawatan hewan yang diberikan, tetapi juga pada kenyamanan dan kelengkapan fasilitas yang mendukung pengalaman mereka. Jika klinik menyediakan fasilitas yang bersih, nyaman, dan lengkap, pelanggan akan merasa lebih nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan. Sebaliknya Jika ruang tunggu tidak nyaman, peralatan kurang modern, atau lingkungan tidak bersih, pelanggan bisa merasa kurang puas meskipun layanan medisnya baik. Beberapa fasilitas yang mendukung kepuasan pelanggan antara lain : (1) Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu, (2) Fasilitas penunjang di ruang tunggu seperti ketersediaan Wi-Fi, TV, dispenser air minum, atau area bermain hewan bisa membuat pelanggan lebih nyaman. (3) Peralatan medis yang lengkap dan modern. Peralatan diagnostik yang memadai misalnya, X-ray, USG, laboratorium mini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan klinik. (4) Sistem antrean yang efisien. Sistem antrean yang jelas (misalnya nomor antrean digital atau reservasi online) mengurangi kebingungan dan waktu tunggu yang tidak perlu. (5) Area parkir yang memadai. Parkir yang luas dan mudah diakses juga berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan yang lebih baik (Hanif et al., 2010; Prasetioa et al., 2025).

Rekomendasi untuk Meningkatkan Kualitas Layanan

1. Pelatihan Staf: Meningkatkan kompetensi dokter dan tenaga medis dalam menangani pasien hewan dengan lebih profesional.
2. Perbaiki Sistem Antrean: Mengurangi waktu tunggu dengan sistem reservasi online atau pembagian jadwal yang lebih efisien.
3. Meningkatkan Fasilitas Klinik: Menjaga kebersihan, memperbarui peralatan medis, dan menyediakan area tunggu yang lebih nyaman.
4. Transparansi Harga dan Informasi Medis: Memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai biaya layanan dan prosedur medis agar pelanggan merasa lebih percaya dan nyaman.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil review penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di klinik hewan.

Dimensi empati dan daya tanggap muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa interaksi personal dan kecepatan respons dalam memberikan layanan menjadi elemen kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan. Selain itu, aspek keandalan, jaminan, dan bukti fisik juga memiliki kontribusi penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang berkualitas bagi pemilik hewan peliharaan. Namun, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang direview, seperti cakupan wilayah yang terbatas dan kurangnya eksplorasi data kualitatif. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kualitas layanan di klinik hewan.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) agar dapat menggali pengalaman pelanggan secara lebih mendalam dan mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif. Selain itu juga perlu memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif dan dapat diterapkan secara lebih luas di berbagai klinik hewan. Hal lain yang perlu dilakukan adalah melakukan perbandingan dengan sektor layanan kesehatan manusia, untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas mengenai ekspektasi pelanggan terhadap layanan medis dan memahami bagaimana standar pelayanan dapat diterapkan secara optimal di industri kesehatan hewan. Disarankan juga dilakukan penelitian faktor tambahan, seperti pengaruh teknologi dalam pelayanan klinik hewan, guna memahami bagaimana inovasi digital dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Saran-saran ini diharapkan dapat memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan di klinik hewan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ir. Rizki Prafitri, S.Pt., M.A., Ph.D. dan Prof. Ir. Hari Dwi Utami, M.S., M.AppL.Sc., Ph.D., IPM., ASEAN Eng. atas dukungan, bimbingan, dan kontribusi berharga yang telah diberikan dalam proses penelitian ini. Tanpa bantuan dan masukan dari mereka, penelitian ini tidak

akan dapat diselesaikan dengan baik. Semoga ilmu dan wawasan yang telah dibagikan dapat terus bermanfaat bagi pengembangan penelitian di masa mendatang. Riview ini merupakan bagian dari penelitian pendahuluan tugas akhir penulis dan merupakan bagian dari tugas akhir penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Akram, M.W., Abbas, A., Khan, I.A. (2022). Effects of Perceived Value, Service Quality and Customer Trust in Home Delivery Service Staff on Customer Satisfaction: Evidence from Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 12(4): 128-152.
- Alkufahya, A.M., Al-Alsharea, F., Qawasmeha, F.M., Aljawarneh, N.M. and Almaslmania, R. (2023). The mediating role of the perceived value on the relationships between customer satisfaction, customer loyalty and e-marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 7 (2023): 891–900
- Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, 20(2): 123–138.
- Anderson, R.E. and Srinivasan, S.S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, 20(2): 123–138.
- Anugrah, I.S. 2003. Asean Free Trade Area (AFTA), Otonomi Daerah dan Daya Saing Perdagangan Komoditas Pertanian Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 21(1): 1-11.
- Badan Standar Nasional. (2023). Keputusan kepala badan standardisasi nasional nomor 417/kep/bsn/9/2023 tentang penetapan SNI 9184:2023 pelayanan kesehatan hewan – Rumah Sakit Hewan, Klinik Hewan, dan Praktik Dokter Hewan Mandiri
- Bayer, K. (2023) Customer experiences drive the need of innovation in veterinary practices. *In Procedia Computer Science 225 (2023) 3094–3103*. University of Szczecin, Institute of Management, Cukrowa 8, 71-004 Szczecin, Poland
- Camilleri, M.A. and Filieri, R. (2023). Customer satisfaction and loyalty with online consumer reviews: Factors affecting revisit intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 114(103575) doi.10.1016/j.ijhm.2023.103575.
- Carter M, Davey A, Wright C, Elmore N, Newbould J, Roland M, Campbell J, Burt J. (2016). Capturing patient experience: a qualitative study of implementing real-time feedback in primary care. *British Journal of General Practice*, 66(652):e786-e793. doi: 10.3399/bjgp16X687085.
- Chuenyindee, T., Ong, A. K. S., Ramos, J. P., Prasetyo, Y. T., Nadlifatin, R., Kurata, Y. B., & Sittiwatethanasiri, T. (2022). Public utility vehicle service quality and customer satisfaction in the Philippines during the COVID-19 pandemic. *Utilities policy*, 75, 101336.
- Dassanayake, P.S., dan Weerasiri, R.A.S. (2017). The Impact of Perceived Service Quality on Customer Satisfaction in Sri Lankan Veterinary Hospital. *Singapore Management Journal*, 6(1):83-87.
- Elte, Y., Wolframm, I., Nielen, M., Weeren, R. (2021). REVIEW Client satisfaction in equine veterinary practice: A structured review and qualitative synthesis. *Vet Rec*. 2021(e640): 1-10. Doi:1of10 <https://doi.org/10.1002/vetr.640>
- Gupta, V., Ghatak, A., Nikte, R., Gupta, S., & Kumar, A. (2023). Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer satisfaction using online reviews: a text mining approach Swagato Chatterjee. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(1), 22–44. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2021-0252>

- Hanif, M., Hafeez, S., Riaz, A. 2010. Factors Affecting Customer Satisfaction. *International Research Journal of Finance and Economics*, Issue 60 (2010): 44-52.
- Herron, M.E. and Lord, L.K. (2012). Use of and satisfaction of pet owners with a clinical behavior service in a companion animal specialty referral practice. *JAVMA*, 241(11):1463-1466.
- Jamaludin, J and Anugrah, A. (2025). Omnichannel Technology: The Holistic Customer Relationship Management Paradigm. *Multitech Journal of Applied Sciences (MJAS)*, 2(2):111-120111. DOI:<https://doi.org/10.59890/tgrqbj1>
- Kamran-Disfani, O., Mantrala, M.K., Izquierdo-Yusta, A. and Martínez-Ruiz, M.P. (2017). Interaction, engagement, and perceived interactivity in single-handed interaction. *Journal of Business Research*, 77(1): 14-22.
- Kamran-Disfani, O., Mantrala, M.K., Izquierdo-Yusta, A. and Martínez-Ruiz, M.P. (2017). Interaction, engagement, and perceived interactivity in single-handed interaction. *Journal of Business Research*, 77(1): 14-22.
- Keputusan kepala badan standarisasi nasional nomor 417/kep/bsn/9/2023 tentang penetapan SNI 9184:2023 pelayanan kesehatan hewan – Rumah Sakit Hewan, Klinik Hewan, dan Praktik Dokter Hewan Mandiri
- Kim, H.-S., & Shim, J.-H. (2019). The effects of quality factors on customer satisfaction, trust and behavioral intention in chicken restaurants. *The Journal of Industrial Distribution & Business*, 10(4), 43-56.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 6(1): 12-40.
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 12 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Lingkup Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan
- Prasetyo, A., Hanantjo, B.A., Adiningtyasa, H. and Liewb, T.W. (2025). The role of service quality, customer perceived value, and trust in enhancing customer satisfaction of expedition service. *Decision Science Letters*, 14 (2025):193–204
- Sadewo, E., Siregar, F.H., Sukirna, I., Adisusanto, J., Fauzan, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan Di Indonesia. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(2): 193-200.
- Saraswati, E. (2022). Market Orientation, Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Sharia Banking in Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 2(1), 26-41.
- Sinollah and Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1): 45-64.
- Subia, J.F.R., Rio, J.A.J., Ochoa-Rico, M.S., Vergara-Romero, A. (2022) Analysis of Citizen Satisfaction in Municipal Services. *Economies* 10: 225. <https://doi.org/10.3390/economies10090225>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 Tentang Peternakan Dan Kesehatan Hewan)
- Utibe, T. (2020). Impacts of Interview as Research Instrument of Data Collection in Social Sciences. *Journal of DIGITAL SCIENCE*, 1(1): 15-24. https://doi.org/10.33847/2712-8148.1.1_2
- Yunita, R., Shihab, M. S., Jonas, D., Haryani, H., & Terah, Y. A. (2022). Analysis of The Effect of Servicescape and Service Quality on Customer Satisfaction at Post Shop Coffee Toffee in Bogor City. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 68-76.
- Zuo, W., Bai, W., Zhu, W., He, X., & Qiu, X. (2022). Changes in service quality of sharing accommodation: Evidence from Airbnb. *Technology in Society*, 71, 102092. <https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2022.102092>