

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan hewan peliharaan bila dilihat dari teori skala kebutuhan manusia termasuk kebutuhan tersier, yang skala prioritas untuk dipenuhinya berbeda – beda bagi tiap orang. Faktor yang mempengaruhi skala prioritas ini antara lain hobi, pendapatan, bisnis, status sosial, perasaan aman dan nyaman, serta aktualisasi diri. Banyak orang memelihara hewan peliharaan seperti anjing dan kucing karena kecintaannya akan makhluk hidup tersebut. Selain ada juga orang yang merasa aman dengan memelihara hewan penjaga seperti anjing karena merasa terlindungi. Namun perasaan nyaman juga didapatkan orang yang menyukai anjing, kucing, kelinci atau ikan dengan cara memeliharanya.

*Pet Shop* hewan di era modern sekarang ini merupakan salah satu hal yang banyak dibutuhkan oleh orang banyak. Kebanyakan orang memiliki peliharaan sebagai teman dirumah ataupun pengusir penat setelah seharian bekerja, hewan peliharaan merupakan salah satu *alternative* penghilang stress yang ampuh dan efektif. Dengan bermain bersama hewan peliharaan setelah melakukan berbagai aktifitas pekerjaan, kuliah, ataupun sekolah dapat membangkitkan mood dan membuat perasaan menjadi nyaman dan senang.

Melihat peluang tersebut maka bisnis *pet shop* di zaman modern ini dapat memiliki potensi pasar yang luas. Di kota Jambi pun sudah banyak bisnis *pet shop* sehingga para pemilik hewan peliharaan dapat dengan mudah menemukan

kebutuhan bagi hewan peliharaanya dikutip dari *kerjausaha.com* (67:2019), *Pet Shop* atau toko hewan adalah tempat untuk penjualan, penitipan, perawatan, dan pembelian barang-barang kebutuhan hewan kesayangan. Usaha *Pet Shop* tersebut merupakan pusat pelayanan untuk binatang-binatang piaraan, seperti anjing, kucing, burung, ular, kadal, kelinci, dan binatang-binatang lain yang dijadikan sebagai teman oleh sang majikan.

Usaha *pet shop* termasuk usaha yang bergerak dibidang penyediaan barang dan jasa. Barang seperti ketersediaan makanan, kandang, perlengkapan hewan, sedangkan jasa seperti *pet grooming* yaitu merawat dan memelihara penampilan dan kesehatan hewan.

Memelihara hewan kesayangan adalah suatu hal yang mengasyikan. Selain sebagai hobi, memelihara hewan kesayangan juga dapat dijadikan bisnis yang menjanjikan dan mampu menjadi penopang hidup keluarga, baik bersifat pokok maupun sampingan (Yuliarti, 2007). Sama dengan lainnya, Kucing dan anjing juga memiliki sejarah panjang dalam perjalanan hidupnya.

Hewan yang biasanya dipilih untuk di pelihara ialah anjing dan kucing. Ada berbagai alasan orang memelihara anjing dan kucing. Untuk di jadikan teman bermain atau penjaga rumah. Kucing sendiri telah hidup bersama manusia melalui berbagai masa dan kebudayaan, berdasarkan bulunya, ras kucing dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu bulu panjang (*longhair*), bulu pendek (*shorthair*), dan bulu sedang (*semi longhair*).

Kucing dengan rambut pendek hanya memerlukan perhatian sedikit dari pada kucing rambut panjang (*long hair*), karena kucing rambut panjang kemungkinan rambut dapat gimpal ataupun rontok ( Dalles *et al.* 2006 ).

*Grooming* mengandung kata *Groom* yang menurut kamus besar Bahasa Inggris Indonesia, artinya mengurus, merawat, rapi atauelihara. *Grooming* sendiri secara harfiah artinya penampilan diri, *grooming* secara keseluruhannya adalah merawat, memelihara penampilan dan secara tidak langsung menjaga kesehatan hewan peliharaan. *Grooming* memiliki banyak tahap, mulai dari yang sederhana sekali seperti untuk perawatan kesehatan hewan peliharaan. Seperti pemberian vitamin, memandikan hewan peliharaan, perawatan bulu pada hewan peliharaan, pemeriksaan kuku, kuping, tubuh yang terdapat penyakit jamur kulit dan sebagainya.

Diba *Pet Shop* merupakan perusahaan yang tergolong dalam usaha kecil menengah dan bergerak dibidang penjualan perlengkapan, peralatan, makanan hewan peliharaan. Diba *Pet Shop* berdiri pada tahun 2012 beralamatkan di Jl. A. Roni Sari Rt. 25 No. 91 Kel. Paal lima Kec. Kota Baru Jambi. Selain menjual berbagai makanan dan asesoris Diba *Pet Shop* juga menawarkan jasa *grooming* atau dikenal dengan salon hewan yang di khususkan untuk kucing saja seperti perawatan, mandi, dan potong kuku. Sementara itu Diba *Pet Shop* mendapatkan barang penjualan dari *supplier*.

Seiring dengan meningkatnya rasa cinta terhadap hewan kesayangan, menyebabkan timbulnya suatu kebutuhan yang besar akan suatu tempat yang benar-benar dapat menampung dan menyediakan berbagai alat dan jasa yang

berkaitan dengan perawatan dan memelihara hewan – hewan kesayangan (Harvey dan McKeever.2003).

Berkembangnya bisnis jasa *petshop* di beberapa kota besar di Indonesia didasari atas pertumbuhan dan perkembangan hewan kesayangan di Indonesia yang mencapai angka 10% per tahunnya. Hal ini merupakan kesempatan untuk membuka peluang seperti membuka usaha jasa *petshop* yang sudah mulai dicari para pemilik hewan kesayangan. Pengusaha bisnis *petshop* memanfaatkan waktu sibuk para pecinta hewan kesayangan dengan menawarkan fasilitas dan juga *service* yang sangat membantu para pemilik hewan kesayangan untuk melakukan perawatan kepada hewan kesayangannya. Melihat fenomena hobi memelihara hewan kesayangan dan waktu yang terbatas dari pemilik hewan kesayangan, merupakan alasan terus bermunculan bisnis *petshop* di beberapa daerah.

Saat ini banyak di buka *Pet Shop* untuk memenuhi kebutuhan hewan – hewan tersebut. Diba *Pet Shop* adalah salah satu dari sekian banyak tempat layanan untuk hewan kesayangan. Diba *Pet Shop* memiliki pelayanan yang meliputi jasa *grooming*. Pelayanan untuk *grooming* meliputi mandi kering dan mandi basah. Untuk mandi basah terdiri dari mandi sehat dan mandi kesehatan yang biasanya untuk membasmi ektoparasit seperti kutu, jamur, dan pinjal (Hartuti, dkk.2014).

*Grooming* dapat dilakukan sendiri oleh pemilik hewan, namun sebagian besar pemilik hewan kesayangan lebih memilih untuk memandikan hewannya di *pet shop* yang memiliki layanan *grooming*. *Grooming* bertujuan untuk memandikan menghilangkan kotoran dan bau. Hasil *grooming* bukan hanya membuat kucing

lebih cantik dan bersih, tetapi dapat menjadikan kucing lebih sehat karena dengan dilakukan grooming maka jamur, kutu, pinjal dan ektoparasit yang lain dapat hilang. *Grooming* yang teratur pada kucing dapat mengurangi kerontokan rambut.

Proses *grooming* di Diba *Pet Shop* sampai saat ini masih dilakukan secara manual hanya alat bantu kandang dan fasilitas alat yang ada di *Pet Shop*, tanpa adanya alat bantu saat proses *grooming* seperti meja atau dudukan landasan untuk tempat hewan peliharaan saat proses *grooming* dan alat bantu untuk memegang hewan. Penanganan hewan peliharaan secara manual melibatkan kemampuan fisik manusia dalam sebagian besar prosesnya. Aktivitas manual cenderung menekan pada bagian segmen tubuh untuk melakukan aktivitas ini berpotensi menimbulkan gangguan fisik berupa keluhan yang terjadi terhadap sistem untuk mendukung, melindungi tubuh, organ yang berbeda dan mempertahankan pergerakan tubuh.

Adapun Standar Operasional Prosedur *Grooming* dan salon kucing di Diba *Pet Shop* yaitu :

1. Hewan diserahkan kepada petugas dengan alat pembawa (*Pet Cargo*, *Pet Carrier*, Kandang mini).
2. Kucing di periksa oleh petugas Diba Petshop untuk di cek Administratifnya (Tanggal, Identitas Pemilik, Identitas kucing, penyakit terakhir kucing saat dibawa, pilihan jenis perawatan yang dipakai, administrasi).
3. Kucing diserahkan oleh petugas Diba *Pet Shop* kepada petugas *groomer*.
4. Kucing di potong kuku.

5. Kucing di potong bulu kaki, bulu mata, bulu sekitaran pantat dengan gunting khusus bulu.
6. Kucing di potong atau di bersihkan dari bulu gimbal gumpal dengan sisir.
7. Kucing di rapikan dengan sisir keseluruhan untuk mengambil bulu mati.
8. Kucing di bersihkan dari lemak – lemak atau kotoran di sekitaran mata dan hidung serta bagian lain yang kotor menggunakan kapas dengan baby oil.
9. Kucing dibersihkan dari kotoran telinga.
10. Kucing diberikan penutup telinga agar air tidak masuk pada saat dimandikan.
11. Kucing dimandikan dengan shampoo khusus kucing dengan air bersih PDAM dan menggunakan spoon pada arca yang telah disiapkan.
12. Kucing di gosok dengan sifit khusus dengan tujuan membersihkan kotoran dari bulu hingga kulitnya.
13. Kucing dibilas dengan air bersih PDAM sampai tidak ada bekas sabun.
14. Kucing di lap dengan kanebo bersih dan kering untuk menyerap sebagian besar air.
15. Kucing di keringkan menggunakan pengering (*Blower*) dengan daya tinggi agar lebih cepat pengeringan, bilamana terlalu agresif dan susah di *handling* kucing bisa dikeringkan di dalam kandang khusus pengeringan.
16. Kucing yang telah kering diberikan parfum khusus kucing agar lebih wangi.
17. Kucing di keringkan kembali dengan dengan pengering (*Blower*) sehabis di semprot parfum.
18. Kucing di beri talcum powder baby agar lebih harum dan lembut bulunya.

19. Kucing yang telah selesai di *grooming* di masukkan dalam kandang di ruangan kucing titip untuk menunggu administrasi.

20. Setelah administrasi lengkap kucing di kembalikan lagi ke dalam alat pembawa (*Pet cargo, Pet Carrier*) untuk di serahkan kepada pemilik begitu juga nota jasa.

Adapun keluhan – keluhan pelanggan sebagai berikut :

1. Lokasi Diba *Pet Shop* yang tidak strategis atau berada di dalam lorong.
2. Seringnya pelanggan tidak kebagian *slot grooming* dikarenakan keterbatasan *grooming* perhari.
3. Kurang nya tenaga *grooming* mengakibatkan keterlambatan pemandian kucing sehingga membuat pelanggan terkadang menunggu terlalu lama.

Selain itu di Diba *Pet Shop* juga mempunyai keunggulan seperti tenaga *grooming* yang sudah profesional dan mempunyai sertifikat resmi, dan mengikuti kursus *grooming*. Untuk *grooming* di Diba *Pet Shop* lebih mengutamakan pemakaian shampoo yang bagus dengan harga yang terjangkau. Misalnya untuk *grooming* Diba *Pet Shop* memakai varian *Ladybel shampoo* professional dan menyesuaikan dengan kebutuhan kucingnya. Diba *Pet Shop* selalu menjaga kualitas, Kesehatan kulit dan bulu kesayangan pelanggan dengan menggunakan kosmetik hewan professional dan pastinya gromeer andalan yang sudah teruji kualitasnya.

Untuk itu perusahaan harus mampu memahami perilaku pelanggan dan memberikan kualitas pelayanan yang tepat sesuai yang diinginkan. Kualitas pelayanan yang baik dimata pelanggan sangat penting peranannya dalam

menarik pelanggan agar menjadi pelanggan tetap dan membantu terjadinya interaksi yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan sehingga akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Bedi dalam Ming et al (2010) pengiriman layanan yang berkualitas tinggi adalah keharusan untuk mencapai keputusan pelanggan. Sanka ( 2012 ) menyatakan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Karena mulai maraknya bisnis dibidang ini, para pelaku bisnis *petshop* haruslah memutar otak untuk terus memberikan pelayanan yang berkualitas, berdasarkan pengalaman yang diperoleh, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai – nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap pesaing dari produk jasa yang pernah dirasakannya. Secara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap pesaing. Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat dipengaruhi hal itu baik dari faktor internal dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh para pebisnis, maka dari itu para pebisnis harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

Perusahaan jasa seperti ini juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang telah mencapai tujuan perusahaan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan.



Dalam misi memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kualitas pelayanan yang dapat diandalkan, kecepatan daya tanggap atau sigap, sopan santun, dan keramahan. Sehingga manfaat yang besar akan diperoleh terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh Diba *Pet Shop* sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Variabel kualitas yang paling sering menjadi acuan seperti realibilitas atau keandalan, responsivitas atau daya tanggap, jaminan, empati, dan tangible atau bukti fisik telah dipenuhi demi memenangkan persaingan dan hati para pelanggannya.

Faktor lainnya seperti promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa Diba *Pet Shop*. Promosi adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau transaksi dalam pemasaran. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk menggunakan suatu jasa akan menjadi tertarik dan kemudian akan mencoba jasa tersebut.

Dengan ketatnya persaingan, strategi promosi yang tepat juga dapat membentuk minat dalam menggunakan jasa. Faktor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan berminat untuk menggunakan jasa karena promosi yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan. Diba *Pet Shop* dalam hal ini banyak sekali melakukan kegiatan promosi seperti mengajak para peminat kucing untuk rajin merawat kucing kesayangannya melalui pesan

singkat dimedia social, membuat kampanye dan event – event terkait tentang beraneka ragam kucing.

Kemudian Diba *Pet Shop* juga membangun komunitas pecinta kucing yaitu *Jambi Cat Lover Community* (JCC) sebagai *home based marketing* mereka dalam rangka untuk menciptakan merek yang kuat dipasar. Sebagian besar anggota komunitas ini merupakan pelanggan dari Diba *Pet Shop*, dan sebagiannya lagi adalah bukan pelanggan. Tujuan didirikannya komunitas ini adalah untuk saling berbagi ilmu tentang cara perawatan dan pembiakan kucing, serta wadah untuk pelanggan mencari informasi tentang produk – produk kesehatan dan makanan kucing.

Saat ini tercatat lebih dari 400 pelanggan yang telah bergabung dengan Diba petshop dari tahun 2013 hingga saat ini. Pencapaian ini merupakan wujud dari loyalitas para pelanggan Diba *Pet Shop* dan anggota komunitas *Jambi Cat Lover Community* (JCC). Sebagai wujud terima kasih Diba *Pet Shop* terhadap para pelanggan dan anggota komunitas Diba *Pet Shop* memberikan diskon 10 % - 20 % kepada setiap pelanggannya untuk setiap produk dan *service* yang digunakan. Kemudian ada beberapa promo yang ditawarkan oleh Diba *Pet Shop* demi menarik kunjungan calon pelanggan mengadakan *Give away* Diba *Pet Shop* juga selalu memberikan promo hari raya dengan potongan harga sebesar 10 % untuk semua jenis produk dan *accecories* kucing.

Diba *Pet Shop* telah memiliki data tahun 2016 untuk memberikan informasi berupa saran, pengetahuan, dan layanan perawatan hewan sebagai langkah untuk

membangun citra yang kuat di pasar. Berikut adalah tabel jumlah pelanggan antara Diba *Pet Shop* dengan *petshop* lainnya :

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Pelanggan Data Pet Shop Periode 2016-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelayanan (Orang)</b>	<b>Perkembangan (%)</b>
2016	200	-
2017	250	25%
2018	290	16%
2019	346	20%
2020	416	19%
<b>Rata-rata</b>	<b>301</b>	<b>20%</b>

Sumber Data : Diba *Pet Shop* 2021

Berdasarkan data jumlah pelanggan tahun 2016-2020 yang diajukan pada Tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan Diba *Pet Shop* secara keseluruhan meningkat dari tahun 2016 hingga tahun 2020 dibandingkan *pet shop* lainnya yang ada dikota Jambi. Walaupun diawal tahun 2016 Diba *Pet Shop* memiliki jumlah pelanggan yang paling kecil dibandingkan *pet shop* lainnya, namun dari tahun 2017-2020 jumlah pelanggannya semakin meningkat dan mengungguli kompetitornya, sebagaimana data yang disajikan pada tabel 1.1 diatas.

**Tabel 1.2**  
**Data Pelanggan Pesaing Diba Pet Shop Periode 2016-2020**

<b>Tahun</b>	<b>ABC Pet Shop</b>	<b>Glory Pet Shop</b>
2016	215	250
2017	216	247
2018	200	230
2019	180	190
2020	160	186
<b>Rata-rata</b>	<b>194,2</b>	<b>220,6</b>

Sumber Data : ABC *Pet Shop* dan Glory *Pet Shop* 2021

Berbeda dengan *pet shop* yang lain pada *ABC Pet Shop* di tahun 2016 memiliki jumlah pelanggan 215 namun semakin tahun semakin menurun dan pada puncaknya tahun 2020 *ABC Pet Shop* hanya memiliki 160 pelanggan, begitu juga halnya dengan *Glory Pet Shop* yang mengalami trend menurun diawal tahun 2016 *Glory Pet Shop* memiliki jumlah pelanggan sekitar 250 namun semakin tahun semakin mengalami penurunan dan pada tahun 2020 *Glory Pet Shop* hanya memiliki 186 pelanggan.

*Diba Pet Shop* menjual makanan hewan yang terbukti berkualitas dan sudah memiliki merk dan brand yang bagus dan dikenal oleh pencinta hewan. Dan juga kebutuhan hewan peliharaan seperti aksesoris, makan dan sampo kucing yang berkualitas. *Diba Pet Shop* juga memiliki pegawai yang sudah berpengalaman baik dan memiliki skil dalam hal *grooming*. Untuk produk yang dijual seperti makanan, aksesoris dan sampo dibeli dari distributor yang menjual produk berkualitas dan harga terjangkau. Produk yang dijual diantaranya seperti :

**Tabel 1.3**  
**Jenis-jenis Produk yang di Jual di Diba Pet Shop**  
**Makanan,Aksesoris dan Shampo**

No.	Jenis Barang	Satuan	Harga Jual
1.	Tempat Makan Kucing	1 Buah	Rp. 20.000
2.	Gunting Kuku Kucing	1 Buah	Rp. 35.000
3.	Sisir Kucing	1 Buah	Rp. 20.000
4.	Lonceng Kucing	1 Buah	Rp. 25.000
5.	Kandang Kucing	1 Buah	Rp. 250.000
6.	Makanan kucing Whiskas	500 g	Rp. 18.000
7.	Makanan Kucing Persian Royal Canin	500 g	Rp. 95.000
8.	Makanan Kucing Royal Canin Mather	500 g	Rp. 90.000
9.	Makanan Kucing Whiskas <i>Wet Food</i>	1 Sachet	Rp. 5.000
10.	Makanan Kucing Friskies <i>Wet Food</i>	1 Kaleng	Rp. 17.000
11.	Shampo Hewan	1 Buah	Rp. 45.000

12.	Tali Leher Kucing	1 Buah	Rp. 30.000
13.	Tas Hewan / <i>Pet Cargo</i>	1 Buah	Rp. 150.000
14.	Spray Hewan	1 Buah	Rp. 35.000
15.	Jasa <i>Grooming Kitten</i>	1 Paket	Rp. 50.000
16.	Jasa <i>Grooming Kucing Dewasa</i>	1 Paket	Rp. 60.000
17.	<i>Treatment Jamur / Kucing Kitten</i>	1 Paket	Rp. 60.000
18.	<i>Treatment Jamur / Kucing Dewasa</i>	1 Paket	Rp. 70.000
19.	<i>Full Treatment Kitten</i>	1 Paket	Rp. 80.000
20.	<i>Full Treatment Kucing Dewasa</i>	1 Paket	Rp.120.000

Sumber Data : Diba *Pet Shop*

Dengan ketatnya persaingan sebuah jasa, strategi promosi yang tepat juga dapat membentuk minat dalam menggunakan sebuah jasa. Faktor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan berminat untuk menggunakan jasa karena promosi yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang di dapatkan. Diba *Pet Shop* dalam hal ini banyak sekali melakukan kegiatan promosi, seperti mengajak para peminat kucing untuk rajin merawat kucing kesayangannya melalui pesan singkat di media sosial, membuat kampanye dan *event-event* terkait tentang beraneka ragam kucing. Diba *Pet Shop* juga melakukan promosi dengan cara menawarkan jasa *delivery* gratis untuk sekitaran Kota Jambi dengan ketentuan waktu yang sudah di jadwalkan atau di tentukan. Hal ini dilakukan supaya pelanggan tidak berpaling ke *pet shop* yang lain.

Diba *Pet Shop* melakukan promosi di berbagai jenis media sosial seperti Instagram pribadi dan juga menggunakan iklan di media sosial sebagai bentuk *branding*. Promosi dalam bentuk iklan di media sosial dilakukan satu bulan sekali, sementara itu di Instagram pribadi Diba *Pet Shop* selalu *update story* ataupun *feed*.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA *GROOMING* PADA DIBA *PET SHOP* JAMBI”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada penelitian ini di Diba *Pet Shop* yaitu :

1. Terjadi persaingan usaha antara Diba *Pet Shop* dengan *pet shop* yang ada di sekitar lingkungan atau wilayah jambi.
2. Sulitnya meningkatkan kualitas pelayanan dan jasanya, karena harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya.
3. Sulitnya mempertahankan loyalitas konsumen karena persaingan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada beberapa masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan, promosi dan keputusan menggunakan pelayanan jasa di Diba *Pet Shop* ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menggunakan pelayanan jasa di Diba *Pet Shop* ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk kualitas pelayanan, promosi dan keputusan menggunakan pelayanan jasa di Diba *Pet Shop*.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menggunakan pelayanan jasa di Diba *Pet Shop*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Diba *Pet Shop* dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan pelayanan jasa sehingga dapat digunakan sebagai strategi pemasaran di masa mendatang.

### 2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan tambahan informasi bagi penelitian dengan topik yang serupa di masa mendatang.

