

Komparasi Biaya Pemeliharaan dan Relasi Dengan Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi dan Jenis Anabul

Rini

Psikologi, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

E-mail: Rini@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Memelihara anjing dan kucing adalah sebuah komitmen jangka panjang yang bukan membutuhkan pembiayaan, tapi juga relasi emosional yang mendalam. Untuk itulah penelitian ini bertujuan untuk mengkaji besaran biaya rutin yang dikeluarkan oleh pemilik anabul beserta dengan relasi antara pemilik anabul dengan anabul ditinjau dari perbedaan generasi dan jenis anabul. Metode penelitian menggunakan *sequential explanatory design* dengan pendekatan kuantitatif komparatif. Sampel penelitian berjumlah 330 orang yang terdiri dari 130 orang pemilik anjing dan 200 orang pemilik kucing. Juga mewawancarai 30 orang subjek penelitian untuk mendapat data yang lengkap. Hasil penelitian menunjukan bahwa 1). Terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran rutin bulanan untuk per ekor anabul ditinjau dari perbedaan generasi. Gen Z memiliki pengeluaran rutin bulanan untuk anabul paling tinggi di bandingkan dengan generasi lain. 2). Terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran bulanan untuk perekor anabul ditinjau dari jenis anabul. Pengeluaran memelihara kucing lebih tinggi dibandingkan dengan memelihara anjing. 3). Gen Z, Gen Y (Milenial), maupun Gen X sama-sama menganggap anjing dan kucing peliharaannya sebagai anak dengan angka persentase lebih dari 78%. Meskipun demikian, terdapat 14,3% Gen X yang menganggap anjing dan kucing peliharaan hanya sebagai binatang pada umumnya. 4). Pemilik anjing maupun pemilik kucing sama-sama menganggap anabul sebagai anak dengan presentase lebih dari 80%.

Kata kunci : anabul, pemilik anjing, pemilik kucing, anjing, kucing

ABSTRACT

Caring for dogs and cats is a long-term commitment that requires not only funding but also a deep emotional connection. Therefore, this research aimed to examine the amount of monthly expenses for pets and the relationship between pet owners and pets viewed from generational differences and types of pets. The research method used was *sequential explanatory design* with a comparative quantitative approach. The research sample consisted of 330 people consisting of 130 dog owners and 200 cat owners. Also interviewed 30 research subjects to obtain complete data. The results of the research indicated that 1). There were significant differences in the amount of monthly expenses for pet owners viewed from generational differences. Gen Z had the highest monthly expenses for pets compared to other generations. 2). There were significant differences in the amount of monthly expenses for pet owners viewed from the type of pets. Expenditures for keeping cats were higher than those for keeping dogs. 3). Gen Z, Gen Y (Millennial), and Gen X all considered their pet dogs and cats as children with a percentage of more than 78%. However, there are 14.3% of Gen X who considered dogs and cats as just animals in general. 4). Dog owners and cat owners both consider their pets as children with a percentage of more than 80%.

Keywords: furry pet, dog owner, cat owner, dog, cat

1. PENDAHULUAN

Anabul singkatan dari anak bulu merupakan istilah khusus yang digunakan untuk menyebut hewan peliharaan yaitu anjing dan kucing.

Hasil survei Rakuten Insight Center kepada 10.442 responden di Indonesia mencatat 67% responden memiliki hewan peliharaan. Data ini menunjukkan tingginya prevalensi orang yang memiliki hewan peliharaan di Indonesia. Lebih lanjut, berdasarkan data persentase kepemilikan hewan peliharaan di Indonesia, kucing menjadi hewan yang paling banyak dipelihara, sementara anjing menduduki peringkat keempat setelah burung dan ikan (goodstats.id, 2023).

Hal ini karena anjing dan kucing merupakan hewan peliharaan yang memiliki hubungan khusus dan dekat dengan manusia (Zilcha-Mano et al., 2011) yang berbeda dari hewan peliharaan lainnya, misalnya hewan ternak. Bahkan, anjing dan kucing sebagai hewan peliharaan merupakan hewan peliharaan tertua di dunia (Thalmann et al., 2013).

Memelihara anjing dan kucing adalah sebuah komitmen jangka panjang yang bukan hanya memiliki konsekuensi pembiayaan, tapi juga relasi antara pemilik dengan anabul.

Dalam hal pembiayaan, penelitian Kipperman (2025) mengemukakan bahwa mayoritas (57%) responden menyatakan bahwa keterbatasan ekonomi memengaruhi kemampuan pemilik anabul dalam memberikan perawatan yang diinginkan bagi hewan peliharaan mereka setiap hari. Temuan ini mengindikasikan konsekuensi ekonomi yang harus ditanggung oleh pemilik anabul.

Dalam hal relasi dengan anabul, penelitian Gray (2015) menunjukkan betapa pentingnya keberadaan anabul bagi pemiliknya. Penelitian ini menemukan bahwa karena anjing dan kucing dianggap sebagai anggota keluarga, maka hewan peliharaan ini memiliki pengaruh yang signifikan bagi pemiliknya bahkan dalam

pemilihan pasangan. Artinya keberadaan anabul dalam hal ini bukan lagi dianggap sebagai hewan peliharaan biasa melainkan anggota keluarga yang dapat mempengaruhi pemiliknya dalam mengambil keputusan termasuk keputusan-keputusan yang dipandang penting.

Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa menghindari kesepian adalah alasan yang paling sering muncul untuk memiliki hewan peliharaan. Hasil ini konsisten dengan pandangan bahwa hewan memberikan dukungan sosial dan persahabatan kepada manusia pada berbagai tahap siklus kehidupan (Staats, S., Wallace, H., & Anderson, T, 2008).

Untuk itulah, penelitian ini dibuat untuk mendapatkan gambaran konsekuensi ekonomi dari memelihara anabul dan untuk mendapatkan gambaran relasi pemilik anabul dengan hewan peliharaannya. Baik konsekuensi ekonomi dan gambaran relasi ini ditinjau berdasarkan perbedaan jenis anabul yaitu anjing dan kucing dan berdasarkan perbedaan generasi X, Y dan Z.

Generasi X lahir adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1965-1980, Generasi Y (Milenial) adalah generasi yang lahir antara tahun 1981-1996, dan Generasi Z adalah generasi yang lahir dari tahun 1997-2012.

2. LANDASAN TEORI

a. Definisi Anabul

Anabul merupakan akronim dari "anak bulu" yang merujuk pada hewan peliharaan rumahan seperti anjing dan kucing. Istilah anabul mulai populer tahun 2018 untuk menyebut hewan-hewan tersebut karena bentuknya yang menggemaskan dengan bulu di tubuhnya (Antara, 2024).

b. Biaya memelihara Anabul

Survei *Rakuten Insight Center* pada 7.015 orang responden yang merupakan orang Indonesia menemukan bahwa 42% responden mengeluarkan uang lebih dari 100 ribu untuk keperluan hewan peliharaannya dalam sebulan, 38 % responden mengeluarkan uang sebanyak 100 - 300 ribu rupiah dan 14 % responden mengeluarkan uang sebanyak 300-500 ribu rupiah per bulan.

Sementara tagihan pengeluaran bulanan untuk anabul lainnya yang cukup tinggi biayanya adalah tagihan biaya kesehatan anabul (Hannay et al, 2025).

c. Relasi dengan Anabul

Hewan peliharaan telah membangun hubungan khusus dengan manusia, sebagaimana dibuktikan oleh banyak penelitian yang menggambarkan ikatan hubungan dan komunikasi hewan peliharaan dengan manusia.

Pemilik anjing dan kucing paling sering menganggap hewan peliharaan mereka sebagai "anggota keluarga," Pemilik anjing dan kucing menganggap hewan peliharaan mereka memiliki emosi dan kecerdasan sehingga relasi antara pemilik dengan anjing dan kucing dapat terjalin lebih dalam dan emosional dibanding dengan relasi dengan hewan peliharaan lain (Arahori et al, 2017).

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi *sequential explanatory design* dimana pengumpulan data dan analisa pada tahap pertama dilakukan secara kuantitatif dan diikuti pengumpulan dan analisis data secara kualitatif pada tahap kedua (Sugiyono, 2015). Pada tahap pertama analisa kuantitatif yang digunakan adalah deskriptif komparatif.

Data penelitian kuantitatif diambil dari 330 orang pemilik anabul yang terdiri

dari 130 orang pemilik anjing dan 200 orang pemilik kucing serta terdiri dari generasi X, generasi Y (milenial) dan generasi Z. Pengambilan sampel menggunakan *google form* yang disebar melalui berbagai platform media sosial. Data demografi responden adalah sebagai berikut:

a. Demografi Pemilik anjing

Pemilik anjing dalam penelitian ini berjumlah 130 orang dengan demografi sebagai berikut:

Pemilik anjing yang merupakan Gen Z sebanyak 53,8%, Gen Y (milenial) sebanyak 30,8% dan Gen X sebanyak 15,4%.

Pemilik anjing yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 30,8% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 69,2%.

Pemilik anjing yang memiliki 1 ekor anjing sebanyak 44,6%, yang memiliki 2 ekor anjing sebanyak 38,5% , yang memiliki 3 ekor anjing sebanyak 8,5%, yang memiliki 4 ekor anjing tidak ada, yang memiliki 5 ekor anjing 3,8%, dan yang memiliki 6 ekor anjing 4,6%.

Berdasarkan jumlah pengeluaran pemilik anjing untuk seluruh peliharaannya dibandingkan dengan jumlah pendapatan, maka didapat data bahwa yang jumlah pengeluaran 10% dari pendapatan sebanyak 53,8%, jumlah pengeluaran 20% dari pendapatan sebanyak 23,1%, jumlah pengeluaran 30% dari pendapatan sebanyak 15,4%, jumlah pengeluaran 40% dari pendapatan tidak ada, dan jumlah pengeluaran 50% dari pendapatan sebesar 7,7%.

b. Demografi Pemilik kucing

Pemilik kucing dalam penelitian ini berjumlah 200 orang dengan demografi sebagai berikut:

Pemilik kucing yang merupakan Gen Z sebanyak 55%, Gen Y (milenia) sebanyak 20% dan Gen X sebanyak 25%.

Pemilik kucing yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25% dan yang

berjenis kelamin perempuan sebanyak 75%.

Pemilik kucing yang memiliki 1 ekor kucing sebanyak 31%, yang memiliki 2 ekor kucing sebanyak 10%, yang memiliki 3 ekor kucing sebanyak 14,5%, yang memiliki 4 ekor kucing sebanyak 10%, yang memiliki 5 ekor kucing 7,5%, yang memiliki 6 ekor kucing 12% dan yang memiliki lebih dari 6 ekor kucing sebanyak 15%

Berdasarkan jumlah pengeluaran pemilik kucing untuk seluruh peliharaannya dibandingkan dengan jumlah pendapatan, maka didapat data bahwa jumlah pengeluaran 10% dari pendapatan sebanyak 53,8%, jumlah pengeluaran 20% dari pendapatan sebanyak 25%, jumlah pengeluaran 30% dari pendapatan sebanyak 5%, dan jumlah pengeluaran 40% dari pendapatan sebanyak 5%.

Sedangkan, data penelitian kualitatif diambil dari wawancara mendalam kepada tiga kelompok, yaitu: 10 orang Gen Z (5 orang pemilik anjing, dan 5 orang pemilik kucing), 10 orang yang memelihara anjing sekaligus kucing, dan 10 orang pemilik anjing dan pemilik kucing yang menanggapi anabul sebagai anak.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dibagi menjadi 2 pembahasan yaitu komparasi biaya bulanan yang dikeluarkan untuk anabul dan komparasi relasi dengan anabul.

a. Komparasi Pengeluaran Rutin Bulanan Memelihara Anabul

Penelitian ini mengkaji komparasi biaya rutin bulanan yang dikeluarkan oleh pemilik anabul untuk per ekor anabul berdasarkan perbandingan generasi dan perbandingan jenis anabul.

1). Komparasi Pengeluaran Rutin Memelihara Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi

Tabel 1. Komparasi Pengeluaran Rutin Bulanan Untuk Perekor Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi

Generasi	Sig	Mean
Gen Z	0.024	1.7778
Gen Y (Milenial)		1.5000
Gen X		1,7143

Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran rutin bulanan untuk perekor anabul ditinjau dari perbedaan generasi dengan nilai signifikansi 0,024. Gen Z memiliki pengeluaran rutin bulanan untuk anabul tertinggi di dibandingkan dengan generasi lain.

Berikut adalah gambaran *crosstab* dari perbedaan pengeluaran bulanan untuk per ekor anabul berdasarkan perbedaan generasi.

Tabel 2. *Crosstab* Pengeluaran Rutin Bulanan untuk Per ekor Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi

Jumlah Biaya Perbulan/Perekor	Generasi		
	Gen Z	Gen Y (Milenial)	Gen X
Kurang dari 500 ribu rupiah	90 50.0%	40 50.0%	30 42.9%
500 ribu - 1 juta rupiah	40 22.2%	40 50.0%	30 42.9%
lebih dari 1 juta rupiah	50 27.8%	0 0.0%	10 14.3%

Berdasarkan hasil data kuantitatif yang diperoleh, dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam kepada Gen Z untuk mendapatkan jawaban mengenai alasan Gen Z memiliki pengeluaran rutin bulanan untuk anabul tertinggi di dibandingkan dengan generasi lain.

Hasil wawancara menemukan bahwa pengeluaran Gen Z untuk anabul yang cukup besar adalah membelikan pakaian,

mainan, dan asesoris. Pengeluaran ini merupakan akibat dari pengaruh konten-konten viral produk anabul maupun tren influencer yang ditonton Gen Z di media sosial.

Selain itu, pengeluaran yang cukup besar lainnya adalah tren membawa anabul berjalan-jalan ke tempat-tempat viral. Kegiatan ini dilakukan untuk kepentingan konten media sosial atau fomo (*fear of missing out*), yaitu perasaan takut tertinggal tren.

Kesadaran Gen Z pada kesehatan anabul yang diperoleh dari konten kesehatan anabul di media sosial membuat Gen Z juga harus mengeluarkan dana untuk membeli berbagai produk vitamin untuk menunjang kesehatan anabul, baik vitamin untuk stamina, maupun vitamin untuk kesehatan mata, bulu, dan jantung anabul. Selain itu check up rutin untuk menjaga kesehatan anabul juga cukup mengeluarkan banyak biaya.

2). Komparasi Pengeluaran Rutin Memelihara Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Anabul

Tabel 3. Biaya Perbulan Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Anabul

Jenis Anabul	Sig	Mean
Anjing	0.000	1,3846
Kucing		1,9000

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran bulanan untuk per ekor anabul ditinjau dari jenis anabul. Pengeluaran untuk memelihara kucing lebih tinggi dibandingkan dengan memelihara anjing.

Berikut adalah gambaran *crosstab* dari perbedaan pengeluaran per bulan untuk per ekor anabul berdasarkan perbedaan jenis anabul.

Tabel 4. *Crosstab* Biaya Per bulan Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Anabul

Jumlah Biaya Perbulan/Perekor	Jenis Anabul	
	Anjing	Kucing
Kurang dari 500 ribu rupiah	90 69.2%	70 35.0%
500 ribu - 1 juta rupiah	30 23.1%	80 40.0%
lebih dari 1 juta rupiah	10 7.7%	50 25.0%

Berdasarkan hasil data kuantitatif yang diperoleh, dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam kepada subjek yang memelihara anjing sekaligus kucing untuk mendapatkan jawaban mengapa pengeluaran memelihara kucing lebih tinggi dibandingkan dengan memelihara anjing. Syarat pemilihan subjek ini diterapkan agar peneliti mendapatkan gambaran yang real mengenai perbandingan biaya yang dikeluarkan untuk memelihara kucing dan anjing.

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan temuan bahwa kebanyakan kucing ras lebih *picky eater* (memilih-milih makanan) dibandingkan anjing sehingga pemilik harus membelikan makanan khusus yang harganya cukup mahal secara terus menerus. Sementara, anjing tidak terlalu *picky eater* dan lebih mudah menyesuaikan diri ketika makanannya diganti.

Selain itu, dalam hal membuang kotoran kucing membutuhkan *Litterbox* dan pasirnya yang cukup mahal untuk pembuangan kotoran. Pasir untuk *litterbox* ini dibutuhkan karena kotoran kucing lebih bau dibandingkan dengan kotoran anjing. Selain itu, anjing dapat dilatih membuang kotoran di tempat tertentu atau menggunakan *potty pad* yang jauh lebih murah dibandingkan *litterbox* dan pasirnya.

b. Komparasi Relasi Emosi dengan Anabul

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji perbandingan relasi dengan anabul ditinjau dari perbedaan generasi dan jenis anabul.

1). Komparasi Relasi dengan Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi

Berdasarkan hasil *crosstab* relasi dengan anabul ditinjau dari perbandingan generasi, didapat data:

Tabel 5 Crosstab Relasi dengan Anabul Berdasarkan Generasi

Relasi	Generasi		
	Gen Z	Gen Y (Milenial)	Gen X
Anak	148 82.2%	67 83.8%	55 78.6%
Anggota Keluarga tapi Bukan Anak	13 7.2%	5 6.3%	2 2.9%
Bintang Peliharaan Pada Umumnya	14 7.8%	6 7.5%	10 14.3%
Majikan	5 2.8%	2 2.5%	3 4.3%

Hasil ini menunjukkan bahwa baik Gen Z, Gen Y (Milenial), maupun Gen X sama-sama sepakat menganggap anjing dan kucing peliharaannya sebagai anak dengan jumlah persentase lebih dari 78%. Meskipun demikian, terdapat 14,3% Gen X yang menganggap anjing dan kucing peliharaan hanya sebagai binatang pada umumnya.

2). Komparasi Relasi dengan Anabul Ditinjau Dari Perbedaan Generasi

Berdasarkan hasil *crosstab* relasi dengan anabul ditinjau dari perbandingan jenis anabul, didapat data:

Tabel 6 Crosstab Relasi dengan Anabul Berdasarkan Jenis Anabul

Relasi	Jenis Anabul	
	Anjing	Kucing
Anak	110 84.6%	160 80.0%
Anggota Keluarga tapi Bukan Anak	10 7.7%	10 5.0%
Bintang Peliharaan Pada Umumnya	10 7.7%	20 10.0%
Majikan	0 0.0%	10 5.0%

Sejalan dengan komparasi relasi dengan anabul berdasarkan komparasi lintas generasi, hasil temuan perbedaan relasi dengan anabul berdasarkan jenis anabul juga membuktikan bahwa baik pemilik anjing maupun pemilik kucing sama-sama menganggap anabul sebagai anak dengan jumlah persentase lebih dari 80%. Meskipun demikian, terdapat temuan bahwa hanya pemilik kucing yang menganggap anabul sebagai majikan.

Berdasarkan hasil data kuantitatif yang diperoleh, dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam kepada subjek yang menganggap anabul sebagai anak untuk mendapatkan gambaran mengenai alasan pemilik anabul menganggap anabul sebagai anak.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan alasan pemilik anabul menganggap anabul sebagai anak adalah karena pengalaman merawat bayi anabul sangat mirip dengan merawat bayi manusia. Hal inilah yang membuat pemilik merasa merawat anabul setara dengan merawat anak sendiri. Selain itu, fungsi pemilik sebagai provider yang menyiapkan seluruh keperluan anabul seperti makanan, kebersihan, pakaian, kesehatan dan kebutuhan rekreasi sama seperti orangtua yang melakukan peran dan fungsinya dalam membesarkan anak.

Alasan lain adalah pemilik anabul beranggapan bahwa anjing dan kucing adalah hewan yang memiliki perasaan sama seperti manusia, yaitu perasaan cinta, sedih, marah, gembira, bersemangat

dan lelah. Lebih jauh, anjing dan kucing juga dianggap dapat memahami emosi pemiliknya seperti berusaha menghibur ketika pemiliknya merasa sedih, atau menjaga pemiliknya ketika pemiliknya ada dalam bahaya.

Selanjutnya adalah karena pemilik anabul merasa dapat berkomunikasi dengan anabul selayaknya berkomunikasi dengan manusia. Anabul dianggap dapat memahami beberapa bahasa manusia yang membuat pemilik dan anabul dapat menjalin relasi yang lebih dalam dari sekedar hewan peliharaan biasa.

Sambutan anabul ketika pemilik anabul pulang juga menjadi alasan mengapa pemilik anabul menganggap anabul sebagai anak. Hal ini karena penyambutan yang dilakukan anabul membuat pemilik merasa bahwa anabul menganggapnya sebagai seseorang yang penting selayaknya anak yang memandang penting orangtuanya sehingga merasa bahagia ketika orangtuanya datang dan berada di dekatnya.

5. KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

- Terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran rutin bulanan untuk perekor anabul ditinjau dari perbedaan generasi. Gen Z memiliki pengeluaran rutin bulanan untuk anabul paling tinggi di bandingkan dengan generasi lain.
- Terdapat perbedaan yang signifikan jumlah pengeluaran bulanan untuk perekor anabul ditinjau dari jenis anabul. Pengeluaran memelihara kucing lebih tinggi dibandingkan dengan memelihara anjing.
- Gen Z, Gen Y (Milenial), maupun Gen X sama-sama menganggap anjing dan kucing peliharaannya sebagai anak dengan angka persentase lebih dari 78%. Meskipun demikian, terdapat 14,3% Gen X yang

menganggap anjing dan kucing peliharaan hanya sebagai binatang pada umumnya.

- Pemilik anjing maupun pemilik kucing sama-sama menganggap anabul sebagai anak dengan presentase lebih dari 80%. Temuan lain adalah hanya pemilik kucing yang menganggap anabul sebagai majikan.
- Alasan Gen Z memiliki pengeluaran rutin bulanan untuk anabul tertinggi adalah karena memelihara anabul dianggap sebagai *lifestyle* dan gengsi, perilaku *fear of missing out* (fomo) membawa anabul ke tempat viral dan kesadaran pada kesehatan anabul.
- Alasan memelihara kucing lebih mahal dibanding memelihara anjing adalah karena kucing lebih *picky eater* di banding anjing dan pembuangan kotoran kucing membutuhkan *litter box* dan pasirnya yang lebih mahal dibanding *potty pad* untuk anjing.
- Alasan pemilik anabul menganggap anabul sebagai anak adalah karena adanya kesamaan *effort* mengasuh anabul dengan mengasuh anak manusia, emosi yang dimiliki anabul, kemampuan anabul berkomunikasi dan sambutan anabul pada pemiliknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arahor, M., Kuroshima, H., Hori, Y., Takagi, S., Chijiiwa, H., & Fujita, K. (2017). Owners' view of their pets' emotions, intellect, and mutual relationship: Cats and dogs compared. *Behavioural Processes*, 141 (Part 3), 316–321. <https://doi.org/10.1016/j.beproc.2017.02.007>.
- Gray, P. B., Volsche, S. L., Garcia, J. R., & Fisher, H. E. (2015). The Roles of Pet Dogs and Cats in Human Courtship and Dating. *Anthrozoös*, 28(4), 673–683.

- <https://doi.org/10.1080/08927936.2015.1064216>.
- Hannay, Chris, and Erica Alini. "Pet price shock: Why owning a dog or cat has become so expensive; From private equity overtaking veterinary clinics to a longstanding shortage of veterinarians, a complex web of factors is making it ever more expensive for Canadians who own a pet." *Globe & Mail* [Toronto, Canada], 3 Feb. 2024, p. B10. *Gale OneFile: Health and Medicine*, link.gale.com/apps/doc/A781284404/HRCA?u=anon~dfc2604&sid=googleScholar&xid=a8a326f4. Accessed 26 Sept. 2025.
- <https://goodstats.id/article/ragam-statistik-hewan-peliharaan-di-indonesia-GbtcU> diakses tanggal 1 September 2025.
- <https://www.antaranews.com/berita/4517011/apa-itu-anabul-simak-penjelasan-dan-jenis-jenisnya#:~:text=Anabul%20adalah%20akronim%20dari%20%22anak,menggemaskan%20dengan%20bulu%20di%20tubuhnya.> Diakses tanggal 1 September 2025.
- Kipperman, B. S., Kass, P. H., & Rishniw, M. (2017). Factors that influence small animal veterinarians' opinions and actions regarding cost of care and effects of economic limitations on patient care and outcome and professional career satisfaction and burnout. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 250(7), 785-794. Retrieved Sep 26, 2025, from <https://doi.org/10.2460/javma.250.7.785>
- Staats, S., Wallace, H., & Anderson, T. (2008). Reasons for Companion Animal Guardianship (Pet Ownership) from Two Populations. *Society & Animals*, 16(3), 279-291. <https://doi.org/10.1163/156853008X323411>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Thalmann O, Shapiro B, Cui P, Schuenemann VJ, Sawyer SK, Greenfield DL, Germonpré MB, Sablin MV, López-Giráldez F, Domingo-Roura X, dkk. 2013. Genom mitokondria lengkap canid purba menunjukkan asal usul anjing domestik dari Eropa. *Science* 342(6160):871-874
- Zilcha-Mano, S., Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2011). An attachment perspective on human-pet relationships: Conceptualization and assessment of pet attachment orientations. *Journal of Research in Personality*, 45(4), 345-357. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2011.04.001>