

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN JASA SPA DENGAN HOT STONE DI HOUSE OF REYTHA SALON AND DAY SPA

Maria Novita Maya Christanti

Program Studi S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
mariamaya37@yahoo.com

Dra.Maspiyah,M.Kes

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
masfiahhh@yahoo.co.id

Abstrak: House Of Reytha Salon and Day SPA merupakan salah satu usaha atau jasa perawatan tubuh yang menyediakan berbagai macam perawatan. Perawatan yang paling digemari oleh konsumen adalah *hot stone*, dengan jumlah konsumen $\pm 3-5$ konsumen setiap harinya. Pada hari Sabtu, Minggu dan hari libur lainnya, konsumen yang menikmati jasa *hot stone massage* yaitu $\pm 5-10$ konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pelayanan jasa *spa* dengan *hot stone* di House of Reytha Salon and Day SPA. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pelayanan SPA dengan *hot stone* di House Of Reytha Salon and Day SPA. Metode pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket dan dokumentasi, dengan teknik acak. Jumlah konsumen sebanyak 30 yang menggunakan jasa SPA dengan *hot stone* pada tanggal 10-16 Juni 2014. Data disajikan secara analisa korelasi dan ditarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas citra industri dan kualitas sumber daya. Hubungan variabel kualitas produk terhadap variabel kualitas pelayanan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,43. Hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kualitas citra industri pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha sangat erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,59. Hubungan variabel kualitas citra industri terhadap variabel kualitas sumber daya pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha cukup erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,40. Hubungan variabel kualitas sumber daya terhadap variabel kualitas produk pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha sangat erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,53

Kata Kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas citra industri dan kualitas sumber daya

Abstract: House Of Reytha Salon and Day Spa is a business or personal care services that provide a variety of treatments. Treatment is most favored by consumers is the *hot stone*, the number of consumers $\pm 3-5$ consumers every day. On Saturdays, Sundays and other holidays, consumers who enjoy the services of a *hot stone massage* is $\pm 5-10$ consumers. The purpose of this study is to reveal the factors that affect customer satisfaction in services *spa* with *hot stone* in the House of Reytha Salon and Day Spa. This research is descriptive quantitative aims to determine the factors that affect customer satisfaction in service SPA with *hot stone* in the House Of Reytha Salon and Day Spa. Quantitative data collection was done by distributing questionnaires and documentation, with random techniques. The number of consumers who use the services of as many as 30 SPA with *hot stone* on 10 to 16 June 2014 presented data correlation analysis and conclusions drawn. The results of this study stated that the factors that affect customer satisfaction including product quality, service quality, image quality and the quality of the resources industry. Relation to variable product quality variable quality of service on the factors that affect customer satisfaction in House Of Reytha closely, with a correlation value of 0.43. Relation to variable service quality variable image quality of the industry on the factors that affect customer satisfaction in House Of Reytha very closely, with a correlation value of 0.59. Industrial relations quality variable to variable image

quality resources on the factors that affect customer satisfaction in House Of Reytha quite closely, with a correlation value of 0.40. Relationship quality variable resource to variable quality of products on the factors that affect customer satisfaction in House Of Reytha very closely, with a correlation value of 0.53

Key Words : product quality, service quality, image quality and industry quality resources

PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan hal yang umum dalam dunia kehidupan wanita. Kecantikan dapat dikatakan relatif. Artinya setiap wanita dapat dikatakan cantik karena wanita cantik bukan hanya dilihat dari fisiknya saja, melainkan juga dapat dilihat dari *inner beauty* nya. Wanita yang memiliki kecantikan *inner beauty* dan kecantikan fisik merupakan dambaan setiap wanita. Kecantikan tidak lepas dari kehidupan wanita, karena setiap wanita ingin tampil sempurna di kehidupannya. Sehingga, setiap wanita selalu berusaha membuat dirinya menjadi lebih cantik dengan melakukan berbagai usaha, salah satunya adalah melakukan perawatan.

Perawatan yang dilakukan oleh seorang wanita terdiri dari berbagai macam dan jenis. Baik perawatan wajah, perawatan tubuh atau perawatan rambut. Semua itu diwujudkan untuk menjadikan diri setiap wanita menjadi cantik. Untuk itu perawatan badan atau tubuh yang sering dilakukan oleh wanita, salah satunya yaitu *SPA (Solus Per Aqua)*.

Akhir-akhir ini, banyak wanita yang melakukan perawatan *SPA* dan menjadikan sebagai kebutuhan pokok mereka. Sehingga banyak salon yang menyediakan jasa *SPA*. Seiring berkembangnya zaman, jasa yang ditawarkan pun juga berkembang. Misalnya perawatan *SPA* dengan *hot stone*, yang menggunakan media batuan basalt.

Perkembangan keberhasilan pemasaran suatu jasa tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Rasa kepuasan tersebut terletak pada hubungan antara konsumen dengan prestasi yang diterima dari jasa. Bila jasa pelayanan tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen merasa tidak puas, sehingga dapat

menimbulkan kekecewaan dalam diri konsumen. Apabila jasa pelayanan tersebut memenuhi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan datang kembali pada salon tersebut.

House Of Reytha *Salon and Day SPA* memilih jasa perawatan *hot stone* yang menggunakan media batuan basalt dan masih jarang tersedia di salon-salon lainnya. Data peneliti saat melaksanakan kegiatan Praktik Industri pada bulan Oktober-November, tercatat bahwa konsumen yang melakukan pelayanan jasa dengan *hot stone* sebanyak $\pm 3-5$ konsumen setiap harinya, pada hari Sabtu, Minggu dan hari libur lainnya, konsumen yang menikmati jasa *hot stone massage* yaitu $\pm 5-10$ konsumen setiap harinya. Jasa yang disediakan oleh House Of Reytha, *hot stone massage* sangat digemari oleh konsumen. Terbukti dengan jasa perawatan wajah hanya $\pm 1-2$ konsumen setiap harinya, jasa *body SPA* $\pm 2-3$ konsumen setiap harinya, jasa *body whitening* dan jasa *body slimming beauty care* hanya 1 konsumen setiap harinya. Jasa perawatan yang lain, tidak begitu diminati konsumen Sehingga perawatan *hot stone* merupakan perawatan yang paling digemari dari jasa lainnya yang ditawarkan oleh House Of Reytha *Salon and Day SPA*.

Penelitian yang digunakan peneliti yaitu bertujuan untuk memaparkan faktor-faktor kepuasan konsumen pada pelayan jasa *SPA* dengan menggunakan *hot stone* di House Of Reytha *Salon and Day SPA*, maka judul penelitian ini adalah : "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan *SPA* Dengan *Hot Stone* Di House Of Reytha *Salon and Day SPA* Surabaya".

Rumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pelayanan *SPA*

dengan hot stone di House Of Reytha Salon and Day SPA ?

2. Bagaimanakah hubungan korelasi antar variabel faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pelayanan jasa SPA dengan hot stone di House Of Reytha Salon and Day SPA ?

METODE

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka penelitian ini termasuk pada jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Margono (2007:25), penelitian deskriptif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Dari data tersebut kemudian disusun, diolah atau dianalisis dan disimpulkan sebagai akhir dari penelitian deskriptif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pelayanan SPA dengan hot stone di House Of Reytha Salon and Day SPA. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang terdiri atas kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), kualitas citra industri (X3) dan kualitas sumber daya (X4).

Besarnya sampel yang diambil menurut Riduwan (2011:19) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Riduwan (2011:56), sampel (contoh) adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan mewakili populasi dengan menggunakan teknik tertentu. *Sample* dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa SPA dengan hot stone di House Of Reytha Salon and Day SPA sebanyak 30 orang.

Metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuisioner atau angket.

Arikunto (2003:128) kuisioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang

diketahui terkait dengan faktor-faktor kepuasan konsumen.

Kuisioner yang diberikan kepada konsumen dalam penelitian ini merupakan kuisioner tertutup sehingga konsumen tinggal memilih dalam menilai pelanggan yang diberikan industri jasa, dimana responden langsung menjawab tanpa perantara dan sudah tersedia jawaban dengan maksud memudahkan dalam mengisi dan menganalisa. Kuisioner ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan konsumen pada pelayanan jasa Spa dengan hot stone di House Of Reytha Salon and Day SPA Surabaya.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah interval rasio menggunakan skala *likert*, dengan memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang tersedia dengan rentangan jawaban sangat setuju – sangat tidak setuju yang diberikan kepada 30 responden yang menggunakan jasa Spa dengan Hot Stone di House Of Reytha Salon and Day SPA Surabaya.

Tabel 3.3

Kriteria dan Skor Penilaian dengan skala *likert*

No.	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Riduwan (2011:21)

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan untuk mengolah data dan hasil penelitian sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan. Proses analisis dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu kuisioner angket.

1. Analisis kepuasan konsumen

Data yang diperoleh berdasar angket tentang faktor-faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen dianalisis menggunakan statistik deskriptif, yaitu menghitung persentase terhadap pernyataan yang diberikan. Mariyah (2004:58), angket kepuasan konsumen diberikan untuk mengukur pendapat konsumen terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan, kesesuaian antara pelayanan jasa dengan harapan konsumen, kepuasan atas pelayanan jasa. Data kepuasan konsumen dianalisis dengan menggunakan persentase (%). Persentase tiap data kepuasan konsumen dihitung dengan cara jumlah kepuasan konsumen tiap aspek yang muncul dibagi dengan jumlah seluruh pelanggan dikali 100%. Data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan terhadap koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.4
Kriteria Interpretasi Skor

1.	0%-20%	Sangat Lemah
2.	21%-40%	Lemah
3.	41%-60%	Cukup
4.	61%-80%	Kuat
5.	81%-100%	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan (2011:21)

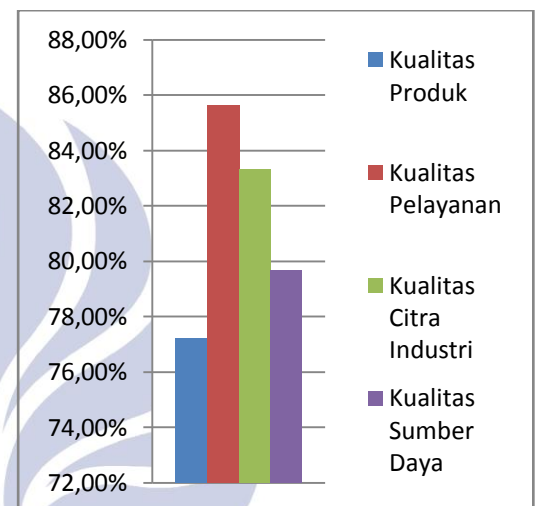
2. Perhitungan Korelasional

Dalam perhitungan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dalam hal kedua kejadian yang saling berpengaruh, ada dua hal yang perlu diukur dan di analisis. Wayan Koster (2001:172), regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel yang terdiri atas X1(Faktor Kualitas Produk), X2(Faktor Kualitas Pelayanan), X3(Faktor Kualitas Citra Industri), X4(Faktor Kualitas Sumber Daya) dan Y(Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Jasa Spa dengan Hot Stone) dinamakan *korelasi*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_k X_k$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif analisa data adalah uraian data yang disajikan untuk mengetahui nilai setiap pertanyaan yang dijawab oleh responden dengan menghitung nilai maksimum, jumlah nilai setiap pertanyaan dan persentase dari setiap variabel. Grafik persentase faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berdasarkan pertanyaan tiap variabel adalah sebagai berikut :



Berdasarkan gambar di atas, dapat diinterpretasikan bahwa :

- 1) Responden sebanyak 30 orang menyatakan kualitas produk House Of Reytha Salon and Day Spa baik yang ditunjukkan dengan nilai presentase 77,22% dan memiliki arti setuju.
- 2) Responden sebanyak 30 orang menyatakan kualitas pelayanan House Of Reytha Salon and Day Spa sangat baik yang ditunjukkan dengan nilai presentase 85,63%% dan memiliki arti sangat setuju.
- 3) Responden sebanyak 30 orang menyatakan kualitas citra industri House Of Reytha Salon and Day Spa sangat baik yang ditunjukkan dengan nilai presentase 83,33%% dan memiliki arti sangat setuju.
- 4) Responden sebanyak 30 orang menyatakan kualitas produk House Of Reytha Salon and Day Spa baik yang ditunjukkan dengan nilai presentase 79,67% dan memiliki arti setuju.

Perhitungan data tiap variabel menggunakan korelasi untuk mengetahui hubungan antar variabel dan signifikansi variabel.

Tabel 4.2 Koefisien Korelasi Tiap Variabel

		Correlations			
		X1	X2	X3	X4
X1	Pearson Correlation	1	.434	.466	.537
	Sig. (2-tailed)		.016	.011	.002
	N	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.434	1	.595	.302
	Sig. (2-tailed)	.016		.001	.104
	N	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.466	.595	1	.404
	Sig. (2-tailed)	.011	.001		.027
	N	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.537	.302	.404	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.104	.027	
	N	30	30	30	30

*.Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

1) Analisa Korelasi Variabel Kualitas Produk

Terdapat hubungan antara variabel kualitas produk dengan faktor-faktor kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan memiliki nilai positif. Signifikansi bernilai $0,016 < 0,05$, artinya terdapat hubungan variabel kualitas produk dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dan signifikan, yaitu apabila variabel kualitas produk turun, maka variabel kualitas pelayanan akan naik.

2) Analisa Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan

Terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan faktor-faktor kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan memiliki nilai positif. Signifikansi bernilai $0,001 < 0,05$, artinya terdapat hubungan variabel kualitas pelayanan dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dan signifikan, yaitu apabila variabel kualitas pelayanan turun, maka variabel kualitas citra industri akan naik.

3) Analisa Korelasi Variabel Kualitas Citra Industri

Terdapat hubungan antara variabel kualitas citra industri dengan faktor-faktor kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan memiliki nilai positif. Signifikansi bernilai $0,027 < 0,05$, artinya terdapat hubungan variabel kualitas citra industri dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dan signifikan, yaitu apabila variabel kualitas citra industri turun, maka variabel kualitas sumber daya akan naik.

4) Analisa Korelasi Variabel Kualitas Sumber Daya

Terdapat hubungan antara variabel kualitas sumber daya dengan faktor-faktor kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan memiliki nilai positif. Signifikansi bernilai $0,002 < 0,05$, artinya terdapat hubungan variabel kualitas sumber daya dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dan signifikan, yaitu apabila variabel kualitas sumber daya turun, maka variabel kualitas produk akan naik.

Selanjutnya, pembahasan uraian data adalah sebagai berikut :

1) Variabel kualitas produk

Peranan variabel kualitas produk terhadap variabel kualitas pelayanan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,43. Variabel kualitas produk memiliki persentase nilai 77,22% dari jawaban yang diberikan oleh konsumen yang meliputi penampilan, kemampuan, fitur, daya tahan, kesesuaian dan desain produk. Artinya sebanyak 30 responden setuju bahwa kualitas produk di House Of Reytha baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika memiliki indikator penampilan, kemampuan, fitur, daya tahan dan kesesuaian.

2) Variabel kualitas pelayanan

Peranan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kualitas citra industri pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha sangat erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,59. Variabel kualitas

pelayanan memiliki persentase nilai 85,63% dari jawaban yang diberikan oleh konsumen yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, kepastian dan empati. Artinya sebanyak 30 responden sangat setuju bahwa kualitas pelayanan di House Of Reytha sangat baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan yang dibentuk dari sudut pandang konsumen.

3) Variabel kualitas citra industri

Peranan variabel kualitas citra industri terhadap variabel kualitas sumber daya pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha cukup erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,40 . Variabel kualitas citra industri memiliki persentase nilai 83,33% dari jawaban yang diberikan oleh konsumen yang meliputi reputasi, standar kerja dan penampilan Artinya sebanyak 30 responden sangat setuju bahwa kualitas citra industri di House Of Reytha sangat baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan bahwa kualitas citra industri dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. . Konsumen mengharapkan hasil pelayanan jasa yang terbaik. Oleh karena itu, industri harus membangun citra (*image*) agar diterima dengan baik oleh konsumen.

4) Variabel Kualitas Sumber Daya

Variabel kualitas sumber daya terhadap variabel kualitas produk pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di House Of Reytha sangat erat, dengan nilai korelasi sebesar 0,53 . Variabel kualitas sumber daya memiliki persentase nilai 79,67% dari jawaban yang diberikan oleh konsumen yang meliputi manusia dan teknologi Artinya sebanyak 30 responden setuju bahwa kualitas pelayanan di House Of Reytha baik. Hal

ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan bahwa kualitas sumber daya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas sumber daya adalah potensi yang dimiliki oleh suatu industri atau perusahaan baik sumber daya manusia ataupun teknologi.

Saran

1. Diharapkan House Of Reytha *Salon and Day SPA* meningkatkan kualitas pelayanan supaya konsumen lebih nyaman saat melakukan *SPA* dengan *hot stone*.
2. Diharapkan House Of Reytha *Salon and Day SPA* meningkatkan kualitas sumber daya dengan mengajak karyawan salon untuk mengikuti pelatihan guna meningkatkan *skill* agar konsumen lebih percaya terhadap keahlian mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia. 2009 . *Jasa Kecantikan SPA dan Estetika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian (edisi IV)*. Jakarta : Rineka Cipta
- Irawan, Handy . 2008. *Kepuasan Pelayanan Jasa* . Jakarta : PT. Erlangga
- Jumarini, Louise. 2009 . *The Essence Of Indonesian SPA*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Koster, Wayan . 2001 . *Dasar Metode Statistika* . Bandung : Rineka Cipta
- Kotler, Philip . 2000 . *Dasar-Dasar Pendidikan Konsumen* . Molan, Benyamin Drs, Penerjemah Pearson Education, Inc. New Jersey
- Kusstianti, Nia. 2010. *Bahan Ajar SPA* . Surabaya : University Press

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A.
2001. Manajemen Pemasaran Jasa.
Jakarta : Salemba Empat

Panjaitan, Hotman. 2008. *Analisis
Kepuasan Pelanggan* . Surabaya : PT.
Revka Petra Media

Riduwan . 2011. *Statistika untuk
penelitian*. Bandung : Alfabeta

Susilowati, Fitri . 2012 . *Kepuasan
Konsumen Ditinjau Dari Kualitas
Pelayanan Pada Ayam Panggang Bu
Suryani Di Desa Gandu Kecamatan
Karangrejo Kabupaten Magetan* . Skripsi
Tidak Diterbitkan . Surabaya : JPKK
Universitas Negeri Surabaya

Anonim . 2014. Konsep SPA .
[http://www.health.kompas.com/konsep-
spa](http://www.health.kompas.com/konsep-spa). Diakses pada tanggal 17 Februari
2014.

Anonim. 2014. Bukti sejarah SPA.
[http://harumspa.wordpress.com/bukti
sejarah spa.html](http://harumspa.wordpress.com/bukti-sejarah-spa.html) Diakses pada tanggal 17
Februari 2014.

Anonim. 2014. Pengertian SPA. [http://
kubuspa.wordpress.com/pengertian-
spa.html](http://kubuspa.wordpress.com/pengertian-spa.html) Diakses pada tanggal 17
Februari 2014.

Anonim. 2014 . Hot Stone Massage.
[http:// dr-scott-donkin-brochure.pdf.html](http://dr-scott-donkin-brochure.pdf.html)
Diakses pada Tanggal 22 Februari 2014.

Anonim. 2014. Sejarah Hot Stone. [http://
Stocey-Potter.Pdf.html](http://Stocey-Potter.Pdf.html). Diakses pada
Tanggal 22 Februari 2014.