

**MINAT PENGELOLA HOTEL BERBINTANG DI SURABAYA
UNTUK MENGADOPSI ^{abm}WATERSTOP[®] :
MENGUNAKAN PENDEKATAN
*THEORY OF PLANNED
BEHAVIOR***

Nathania Arviana Lukman

Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

nathaniaarviana032@gmail.com

Intisari - Penelitian ini bertujuan untuk menguji model dari *Theory of Planned Behavior* dalam meneliti minat pengelola hotel berbintang di Surabaya untuk mengadopsi ^{abm}Waterstop[®]. Penelitian ini adalah penelitian kausal yang ingin mencari tahu pengaruh *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *intention*. Responden dalam penelitian ini adalah 40 pengelola hotel berbintang di Surabaya. Penelitian ini diuji menggunakan *regression analysis* dan diolah menggunakan *software SPSS versi 18.0 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap *intention* pengadopsian ^{abm}Waterstop[®] pada hotel berbintang di Surabaya.

Kata kunci : *Theory of Planned Behavior*, *intention*, dan *adoption*.

Abstract - *This study is aimed to test the model of the Theory of Planned Behavior in investigating the intention of starred hotels' managers in Surabaya in adopting ^{abm}Waterstop[®]. This research is a causal research that wants to see how attitude toward the behavior, subjective norm, and perceived behavioral control affect intention. Respondents in this study are 40 managers of starred hotels in Surabaya. This study is tested using regression analysis and processed using SPSS software version 18.0 for Windows. The results of this study indicates that attitude toward the behavior, subjective norm, and perceived behavioral control significantly influence the intention to adopt ^{abm}Waterstop[®] in starred hotels in Surabaya.*

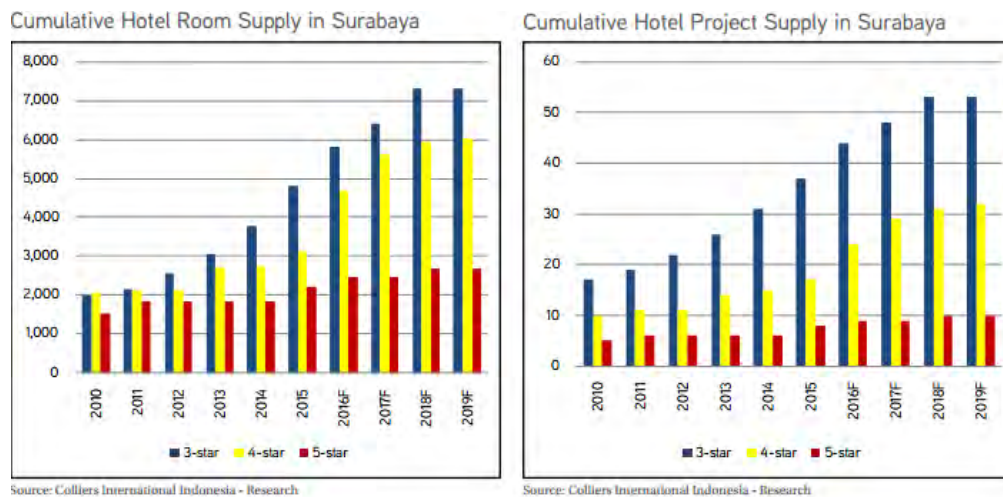
Keywords : *Theory of Planned Behavior*, *intention*, and *adoption*.

PENDAHULUAN

Surabaya, kota terbesar kedua di Indonesia semakin diperhitungkan. Ibu kota Jawa Timur ini telah bertransformasi demikian signifikan sehingga menjadi incaran perusahaan-perusahaan nasional dan juga multinasional merealisasikan ekspansi bisnisnya. Hal tersebut terindikasi dari menjamurnya pengembangan pusat belanja (ritel), perkantoran, apartemen, dan perhotelan (<http://properti.kompas.com/>).

Di Surabaya, setiap tahun terjadi peningkatan sebesar 2,5 persen untuk pembangunan hotel-hotel baru (www.rri.co.id). Dalam 3 tahun terakhir, jumlah hotel di Kota Surabaya menjamur. Khususnya di kawasan protokol, perkantoran dan bisnis. Dari data PHRI Jawa Timur, peningkatan jumlah hotel dimulai sejak 2012 dengan pembangunan 10 hotel. Tahun berikutnya, jumlah pembangunan hotel meningkat drastis menjadi 20 pembangunan hotel di 2013 dan menurun pada 2014 sebanyak 5 hotel. Ketua PHRI Jawa Timur, M. Soleh mengatakan, jumlah hotel berbintang dan non bintang mencapai 150 hotel dari data PHRI hingga akhir 2015 (www.detik.com).

Selama 2015, Colliers mencatat 1.927 kamar tambahan di pasar hotel Surabaya dengan hotel berbintang 3 bertambah 1.160 kamar, meningkat sebanyak 27,77%, sehingga total pasokan menjadi 4.813 kamar. Hotel berbintang 4 bertambah 365 kamar, meningkat sebanyak 13,23%, sehingga total pasokan menjadi 3124 kamar. Hotel berbintang 5 bertambah 402 kamar pada 1 proyek hotel, meningkat sebanyak 22,06% menjadi 2.224 kamar. Sehingga, pasokan kumulatif kamar hotel berbintang menjadi 10.161 kamar. Pada 2015, hotel berbintang 3 berjumlah 37, hotel berbintang 2 berjumlah 17, dan hotel berbintang 5 berjumlah 8. Sehingga, total pasokan hotel berjumlah 62 hotel. (www.colliers.com). Melalui Gambar 1, bisa dilihat bahwa pasokan kamar hotel dan gedung hotel berbintang 3, 4, dan 5 di Surabaya selalu bertambah tiap tahunnya dan diproyeksikan akan terus meningkat :



Gambar 1
Pasokan dan Proyeksi Pasokan Kamar Hotel dan Gedung Hotel Berbintang 3, 4, dan 5 pada 2010 sampai 2019 di Surabaya
 Sumber : Colliers International Indonesia tahun 2015

Bisnis bahan bangunan tak lepas dari bisnis properti. Tingginya pembangunan sektor properti, seperti perumahan, pusat belanja, apartemen, atau hotel, akan berimbas langsung pada permintaan bahan bangunan. Karena itulah, produsen bahan bangunan berlomba-lomba meningkatkan produknya, baik dari segi kualitas, maupun desainnya. Mereka menampilkan pelbagai bahan bangunan yang inovatif berteknologi tinggi. Hal ini disebabkan makin ketatnya persaingan produk bahan bangunan, khususnya antibocor (www.gatra.com).

Waterproofing dan *waterstop* adalah pekerjaan yang harus ada pada proyek gedung karena mempunyai peranan yang besar dalam melindungi kualitas bangunan dari air. *Waterstop* adalah proses pengerjaan dengan memberikan material khusus pada sambungan atau celah antara dinding beton dengan lantai beton pada basement. Tujuan *waterstop* adalah mencegah aliran air yang melintas antara celah beton pada pertemuan dinding dan lantai. Pengertian *waterstop* adalah penyumbat aliran air pada celah antara dinding beton dan lantai beton (www.jasasipil.com).

Polyvinyl chloride, atau yang biasa disingkat menjadi PVC, adalah polimer plastik sintesis. PVC bisa berbentuk kaku atau fleksibel. (<https://en.wikipedia.org>). *Waterstop* jenis PVC menggunakan bahan terbuat dari PVC yang mempunyai kelenturan yang baik seperti karet (www.jasasipil.com).

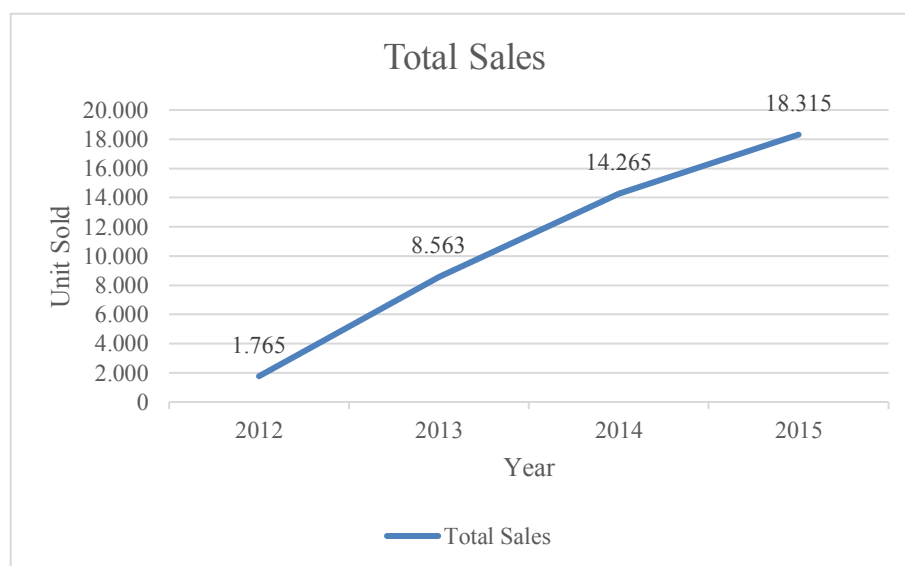
abm Waterstop[®] adalah sebuah merek *waterstop* asal Inggris yang berbahan

dasar fleksibel PVC dan memiliki hak paten atas formulanya. Jika dipasang dengan benar, *abmWaterstop*[®] akan secara permanen menutup kebocoran di kamar mandi.

Sejak pertama kali dikenalkan di pasar Inggris pada 2012, penjualan *abmWaterstop*[®] selalu meningkat tiap tahunnya. Dan sampai saat ini, *abmWaterstop*[®] memiliki pangsa pasar sebesar 35%.



Gambar 2
Logo *abmWaterstop*[®]
Sumber : *abmWaterstop*[®]



Gambar 3
Data Penjualan *abmWaterstop*[®] pada 2012 – 2015
Sumber : Data Perusahaan *abmWaterstop*[®], Lampiran 1

abmWaterstop[®] merupakan sebuah produk yang baru akan mulai memasuki pasar Surabaya pada Agustus 2016. Dengan terus meningkatnya jumlah hotel berbintang di Surabaya yang bisa menjadi pangsa pasar *abmWaterstop*[®], maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana minat adopsi atas produk ini di hotel berbintang di Surabaya dengan menggunakan model *Theory of Planned Behavior* yang bertujuan untuk menjelaskan (bukan hanya memprediksi) perilaku manusia.

Penelitian ini merupakan replikasi model dari penelitian yang dilakukan oleh

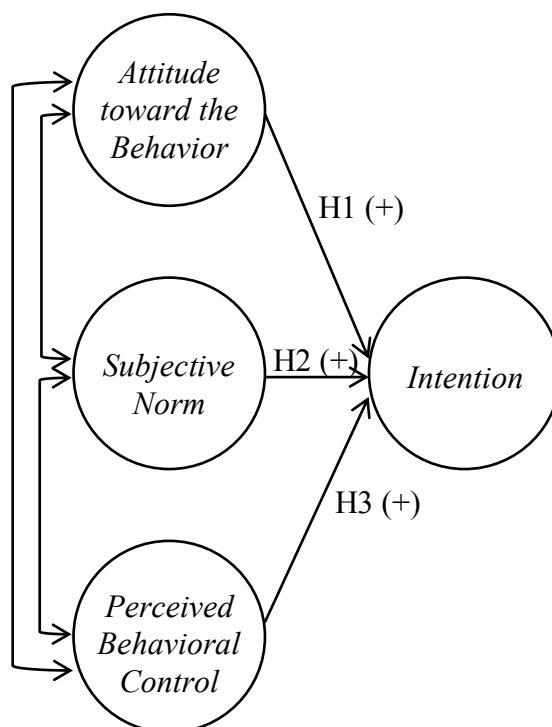
Solikhah (2014) dengan judul *An application of theory of planned behavior towards CPA career in Indonesia*. Dalam penelitiannya, Solikhah (2014) menggunakan model *Theory of Planned Behavior* untuk meneliti sebuah perilaku, sehingga penelitian ini hanya terbatas pada model *Theory of Planned Behavior*. Variabel-variabel dalam penelitian Solikhah (2014) adalah *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *intention*, dan *behavior*. *Attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* mempengaruhi *behavior* yang dimediasi oleh *intention*.

Namun, dikarenakan produk *abmWaterstop*[®] belum memasuki pasar Indonesia, maka variabel *behavior* tidak dapat diteliti. Karena, untuk meneliti perilaku pengadopsian, dibutuhkan respon yang nyata dalam pengadopsian. Sehingga, model penelitian hanya terbatas sampai variabel *intention* tanpa meneliti variabel *behavior* seperti model penelitian yang digunakan Chiou (1998) dalam *The Effects of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Consumers' Purchase Intentions: The Moderating Effects of Product Knowledge and Attention to Social Comparison Information*.

Peneliti membatasi objek penelitian hanya pada hotel berbintang 3, 4, dan 5 di Surabaya karena adanya sebuah asosiasi bagi para *General Manager* hotel berbintang 3, 4, dan 5 yang bernama Casa Grande. Casa Grande tersebut merupakan satu-satunya asosiasi bagi *General Manager* hotel berbintang 3, 4, dan 5 di Jawa Timur.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *attitude toward the behavior* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya?
2. Apakah *subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya?
3. Apakah *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya?



Gambar 4
Model Penelitian
Sumber : Chiou (1998)

Gambar 4 adalah model dari *Theory of Planned Behavior*, yang merupakan model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Chiou (2014) menggambarkan hubungan antara beberapa variabel, yaitu hubungan antara *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *intention*. *Attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* mempengaruhi *intention*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu, penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan analisis. Penelitian kuantitatif mengarahkan sejumlah besar aktivitas untuk mengukur konsep dengan skala, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menghasilkan nilai numerik. Nilai numerik kemudian dapat digunakan dalam perhitungan statistik dan pengujian hipotesis (Zikmund, 2009, hal. 134-135).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal berusaha untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat sehingga memungkinkan kesimpulan kausal

agar bisa dibuat. Kesimpulan kausal adalah sebuah kesimpulan bahwa ketika suatu hal terjadi, maka hal spesifik lain akan mengikuti (Zikmund, 2009, hal. 57).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu, data yang dikumpulkan dan dihimpun khusus untuk penelitian yang sekarang dikerjakan (Zikmund, 2009, hal. 186). Data primer diperoleh dari survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang disusun berdasarkan jurnal rujukan kepada target populasi yang sesuai dengan karakteristik responden.

Sumber data penelitian ini berasal dari individu-individu dari target populasi yang sesuai dengan karakteristik responden yang sudah ditentukan yang menyediakan data untuk kepentingan penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner yang sudah disebar.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval yang berarti aras ini memiliki kedua sifat nominal dan ordinal, tetapi juga menangkap informasi tentang perbedaan dalam kuantitas dari sebuah konsep dari satu pengamatan ke pengamatan yang selanjutnya (Zikmund, 2009, hal. 299).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert 5 titik sesuai dengan jurnal yang dijadikan acuan. Skala Likert adalah alat ukur sikap yang memperbolehkan responden untuk menilai seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang dibangun dengan teliti, mulai dari sikap yang sangat positif sampai sangat negatif terhadap beberapa objek (Zikmund, 2009, hal. 318).

Tidak Setuju				Setuju
1	2	3	4	5

Populasi adalah kelompok entitas lengkap manapun yang memiliki beberapa karakteristik yang sama. Sampel adalah himpunan bagian, atau sebagian, dari populasi yang lebih besar (Zikmund, 2009, hal. 387). *Sampling* meliputi semua prosedur yang digunakan untuk menarik kesimpulan berdasarkan pengukuran atas sebagian dari populasi (Zikmund, 2009, hal. 68). Tujuan dari *sampling* adalah untuk memperkirakan karakteristik yang tidak diketahui dari sebuah populasi (Zikmund, 2009, hal. 387).

Target populasi adalah populasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Target populasi penelitian ini adalah manajemen hotel berbintang 3, 4, dan 5 di Surabaya.

Karakteristik responden ditetapkan dengan pertimbangan agar kuesioner dapat dipahami dengan baik, sehingga peneliti mendapatkan data yang valid dan reliabel.

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah :

- a. Merupakan *decision maker* (Pemilik, *Managing Director*, *General Manager*, *Chief of Engineering*, atau Bagian Pembelian) atas pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] di hotel berbintang 3, 4, atau 5 di Surabaya.
- b. Menduduki jabatan tersebut minimal 1 tahun.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang merupakan sebuah teknik *sampling* dimana *unit* sampel dipilih atas dasar penilaian pribadi atau kenyamanan; probabilitas dari anggota tertentu mana pun dari populasi akan terpilih tidak diketahui (Zikmund, 2009, hal. 395). Prosedur *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgment (purposive) sampling* yang merupakan prosedur *sampling* di mana seorang individu berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi tentang beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel (Zikmund, 2009, hal. 396).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Alreck & Settle (1995) yang dikutip dari Hill (1998) yang menyatakan bahwa jarang diperlukan untuk mengambil sampel lebih dari 10%. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 62 hotel, sehingga menurut Alreck & Settle (1995), jumlah sampel sudah dianggap memadai apabila minimal berjumlah 7 hotel ($10\% \times 62 = 6,2$). Dengan demikian, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 40 hotel. Jumlah sampel tersebut juga sudah memenuhi syarat Roscoe (1975) dalam Hill (1998) dan Sekaran (2006, hal. 295) yang menyatakan bahwa jumlah sampel lebih sedikit dari 10 tidak direkomendasikan, namun ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan lebih sedikit dari 500 sesuai untuk kebanyakan penelitian.

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *regression analysis* dan uji t menggunakan *software* SPSS 18.0 *for windows*. *Regression analysis* adalah metode untuk menemukan hubungan antara satu atau lebih variabel (disebut juga *dependent variables*, *explained variables*, *predicted variables*, atau *regressands*, biasanya dilambangkan dengan *y*) dan prediktor (disebut juga *independent variables*, *explanatory variables*, *control variables*, atau *regressors*, biasanya dilambangkan dengan *x*₁, *x*₂, ..., *x*_p).

Model regresi dalam penelitian ini adalah :

$$\hat{I} = \beta_1 AB + \beta_2 SN + \beta_3 PBC$$

Dimana AB adalah *attitude toward the behavior*, SN adalah *subjective norm*, dan PBC adalah *perceived behavioral control*. Serta I adalah *intention*.

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel *independentnya* secara sendiri-sendiri terhadap variabel *dependentnya*. Dalam penelitian ini, level signifikansi yang digunakan adalah 5%, yang menurut Fisher R.A. (1935) dalam James (1956, hal. 1513) adalah level signifikansi yang biasa dan umum digunakan para peneliti sebagai standard level signifikansi, sehingga hipotesis terdukung apabila level signifikansi di bawah 5% ($\alpha \leq 5\%$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 3 hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

1. *Attitude toward the behavior* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.
2. *Subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.
3. *Perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Tabel 1

Hasil Uji t

Hubungan	t	Sig.
AB → I	2,538	0,016
SN → I	2,282	0,029
PBC → I	5,085	0,000

Nilai df (*degree of freedom*) yang didapat dari hasil perhitungan adalah 36. Dengan menggunakan level signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,02809. Dari Tabel 20, dapat dilihat bahwa semua hubungan memiliki nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan level signifikansi di bawah 5%. Sehingga, *attitude toward the*

behavior, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dinyatakan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention* secara parsial.

Dalam penelitian ini, level signifikansi yang digunakan adalah 5%, sehingga hipotesis terdukung apabila level signifikansi di bawah 5% ($\alpha \leq 5\%$).

Tabel 2
Hasil Pengujian Hipotesis

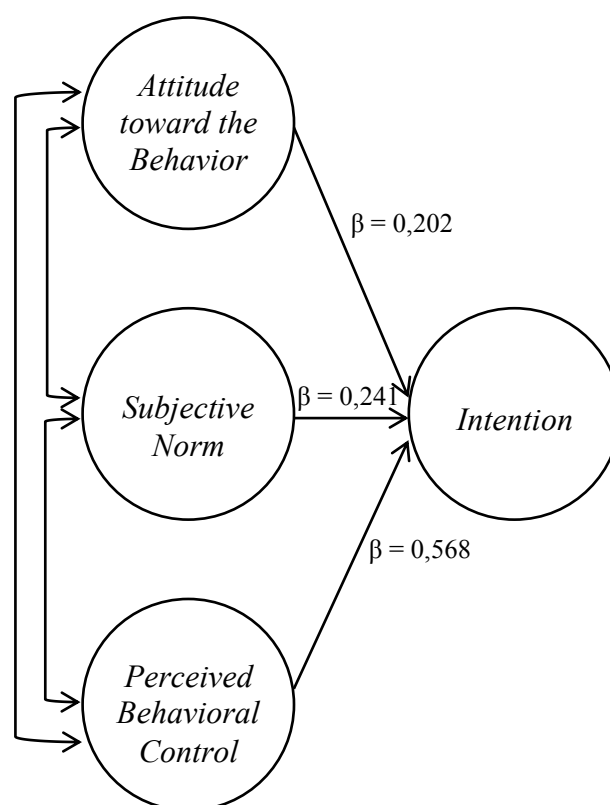
Hipotesis	Hubungan	<i>Standardized Coefficients</i>	Sig.	Ket.
H1	AB → I	0,202	0,016	Signifikan, hipotesis terdukung
H2	SN → I	0,241	0,029	Signifikan, hipotesis terdukung
H3	PBC → I	0,568	0,000	Signifikan, hipotesis terdukung

Tabel 2 merupakan hasil pengujian regresi dalam penelitian ini. Dapat dilihat bahwa semua hipotesis memiliki level signifikansi di bawah 5% ($\alpha \leq 5\%$), sehingga hipotesis 1-3 terdukung. Maka, dari hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini yaitu, hipotesis 1 – 3 terdukung.

Terdukungnya hipotesis 1 yaitu pengaruh positif *attitudes toward the behavior* terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya, berarti pihak manajemen hotel berbintang di Surabaya memiliki evaluasi yang positif (suka) terhadap pengadopsian produk *abmWaterstop*[®]. Pihak manajemen yakin bahwa dengan mengadopsi *abmWaterstop*[®] di perusahaan maka akan menghasilkan hasil yang positif juga. Sehingga, menimbulkan *intention* pihak manajemen untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan.

Terdukungnya hipotesis 2 yaitu pengaruh positif *subjective norm* terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya, berarti pihak manajemen hotel berbintang di Surabaya memiliki persepsi bahwa lingkungan sosial di perusahaan setuju dan akan mengadopsi produk *abmWaterstop*[®]. Lingkungan sosial yang bisa mempengaruhi adalah *Pemilik, Managing Director, General Manager, Chief of Engineering*, dan/atau *Procurement Manager*. Lingkungan sosial bisa memberikan pengaruh secara langsung dengan memberikan pendapat yang positif atau motivasi, dan secara tidak langsung dengan menunjukkan bahwa mereka menyukai produk *abmWaterstop*[®]. Melalui pengaruh-pengaruh dari lingkungan sosial itulah, maka tumbuh *intention* pihak manajemen untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan.

Terdukungnya hipotesis 3 yaitu pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya, berarti pihak manajemen hotel berbintang di Surabaya memiliki persepsi bahwa pihak manajemen mampu untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan jika pihak manajemen berkehendak untuk melakukannya. Karena pihak manajemen memiliki persepsi bahwa pihak manajemen memiliki keputusan, kendali, dan kemampuan untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan, maka pihak manajemen memiliki *intention* untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan.



Gambar 5
Hasil Pengujian Hipotesis
Sumber : Hasil Pengolahan Data, diolah

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini, maka diperoleh konklusi bahwa dari 3 hipotesis yang telah diuji dengan menggunakan *multiple linear regression analysis* melalui *software* SPSS 18.0 for windows semua hipotesis terdukung. Berikut adalah penjabarannya :

H1 : *Attitude toward the behavior* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.

H2 : *Subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.

H3 : *Perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya.

Saran bagi praktisi :

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. *Attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan terdukungnya hipotesis 1, 2, dan 3.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka praktisi, terutama pihak manajemen *abmWaterstop*[®] bisa mengembangkan strategi pemasaran dengan lebih tepat. *Attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya. Oleh karena itu, pihak manajemen *abmWaterstop*[®] sebaiknya mengembangkan strategi pemasaran yang mampu memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dikarenakan variabel-variabel tersebut yang akan mempengaruhi *intention*.

Selain itu, berdasarkan hasil penelitian ini, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan paling besar adalah *perceived behavioral control*. Sehingga pihak manajemen *abmWaterstop*[®] sebaiknya berfokus pada *decision maker* dengan tingkat pengendalian yang besar di perusahaan, sehingga *decision maker* dengan persepsi pengendalian yang tinggi lebih mudah diperoleh.

Pihak manajemen *abmWaterstop*[®] sebaiknya mengembangkan strategi pemasaran yang mampu memberikan stimulus positif terhadap sikap *decision maker* dan lingkungan sekitar *decision maker* sehingga bisa memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap *intention* pengadopsian produk *abmWaterstop*[®] pada hotel berbintang di Surabaya. Dan, pihak manajemen *abmWaterstop*[®] sebaiknya juga berfokus pada *decision*

maker dengan tingkat pengendalian yang besar di perusahaan. Dengan berfokus pada *decision maker* dengan tingkat pengendalian yang besar di perusahaan, maka lebih besar kemungkinan bahwa *decision maker* tersebut memiliki persepsi pengendalian yang tinggi daripada kemungkinan bahwa *decision maker* yang tidak memiliki pengendalian yang besar memiliki pengendalian yang tinggi. Kemungkinan besar, seorang *decision maker* yang tidak memiliki pengendalian yang besar di perusahaan akan memiliki persepsi pengendalian yang rendah pula. Oleh karena itu, dengan berfokus pada *decision maker* dengan tingkat pengendalian yang besar di perusahaan, seharusnya lebih efektif daripada berfokus pada *decision maker* dengan tingkat pengendalian yang kecil di perusahaan. Dengan memilih *decision maker* dengan tingkat pengendalian yang besar di perusahaan, diharapkan timbulnya *intention* pengadopsian *abmWaterstop*[®] bisa lebih mudah.

Dari semua strategi yang dilakukan tersebut, akan membentuk *perceived behavioral control* dan juga *intention* yang kuat dari pihak manajemen. Sehingga, semakin besar kemungkinan timbulnya *intention* dari pihak manajemen untuk mengadopsi produk *abmWaterstop*[®] di perusahaan.

Keterbatasan penelitian :

- a. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel terbatas, yaitu 40 sampel. Untuk penelitian selanjutnya yang mereplikasi penelitian ini, diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasilnya dapat digeneralisasi dengan lebih baik.
- b. Lingkup penelitian ini terbatas hanya di wilayah Surabaya, Indonesia. Untuk penelitian selanjutnya yang mereplikasi penelitian ini, diharapkan untuk menggunakan lebih dari satu wilayah sehingga hasilnya dapat digeneralisasi dengan lebih baik atau menggunakan wilayah selain Surabaya.
- c. Objek dalam penelitian ini terbatas hanya pada hotel-hotel berbintang 3, 4, dan 5. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan meneliti semua hotel berbintang, atau bahkan hotel tidak berbintang. Selain itu, penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan objek lain selain hotel, seperti apartemen atau rumah.

DAFTAR PUSTAKA

- Chiou, J. S. 1998. The Effects of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Consumers' Purchase Intentions: The Moderating Effects of Product Knowledge and Attention to Social Comparison Information. *Proc. Natl. Sci. Counc. ROC (C)* Vol. 9, No. 2, pp. 298-308
- Hill, R. 1998. Interpersonal Computing and Technology: An Electronic Journal for the 21st Century. *IPCT-J* Vol 6 No 3-4 Robin hill.html.
- James, R. N. 1956. *The World of Mathematics, volume 3 [Design of Experiments]*. Mineola, New York : *Courier Dover Publications Inc.*
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 4Th Ed.* India : Wiley India Pvt. Limited.
- Solikhah, B. 2014. An application of theory of planned behavior towards CPA career in Indonesia. *Social and Behavioral Sciences* 164 (397 – 402).
- Xin, Y., & Xiao, G. S. 2009. *Linear Regression Analysis: Theory and Computing.* Singapore : World Scientific.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. 2009. *Business Research Methods, 8th Edition.* South-Western, USA : Cengage Learning.
- <http://abmwaterstop.co.uk/>
- <http://arsip.gatra.com/2011-05-04/artikel.php?id=147781>
- <http://www.colliers.com/en-gb/indonesia>
- <http://www.jasasipil.com/2015/10/pengertian-waterproofing-dan-waterstop-pada-proyek-gedung.html>
- <http://news.detik.com/berita-jawa-timur/3123819/2016-jumlah-hotel-di-surabaya-terus-bertambah>
- <http://properti.kompas.com/read/2015/01/13/184335121/Surabaya.Makin.Diperhitungkan>
- http://www.rri.co.id/surabaya/post/berita/163762/ekonomi/phri_jatim_auditor_minim_sertifikasi_hotel_tidak_maksimal.html