

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, harga, dan keputusan penggunaan, serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan penggunaan di Seven Laundry. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan penggunaan sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Seven Laundry dengan jumlah rata-rata setiap bulan dari 3 cabang sebanyak 1.350 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, dengan menggunakan rumus slovin sehingga sampel dalam penelitian sebanyak 93 konsumen Seven Laundry. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 10%. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan di Seven Laundry. Selain itu besarnya pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan harga dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan penggunaan adalah sebesar 62,0%.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Keputusan Penggunaan.