

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor faktor yang mempengaruhi pemilihan merek air minum dalam kemasan yaitu faktor persepsi kualitas, keunikan, tanggung jawab sosial, harga dan ketersediaan. Model penelitian ini diuji menggunakan metode survei kepada konsumen air minum dalam kemasan yang secara rutin mengonsumsi setidaknya 2 bulan terakhir. Jumlah responden yang digunakan sejumlah 291 responden. Hasil pengolahan data dinyatakan bahwa variabel persepsi kualitas, harga dan ketersediaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan merek air minum dalam kemasan. Sementara faktor keunikan dan tanggung jawab sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan merek air minum dalam kemasan.

Kata kunci: Persepsi kualitas, keunikan, tanggung jawab sosial, ketersediaan, harga, pemilihan merek, AMDK.

## **ABSTRACT**

The aim of the research is analyzing the factor that influence AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) costumer's when choosing a brand. It is perceived quality, uniqueness, CSR, price and availability. Survey method is used in this research. There are 291 respondent in total and all of them is Indonesian people that consuming AMDK in the last 2 month. This result found that perceived quality, price and availability has positive impact to brand choice. Then, others factor like uniqueness and CSR hasn't significant impact to AMDK customer brand choice.

Keyword: Perceived quality, uniqueness, CSR, price, availability, brand choice, AMDK