**ANALISIS PERBANDINGAN KESADARAN MEREK KONSUMEN PADA BEBERAPA MEREK PRODUK AIR MINERAL ATAU AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) DI KOTA PADANG**

**Suci Handika1, Surya Dharma 1, Zeshasina Rosha1**  
1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

E-mail : [sucihandika506@yahoo.com](mailto:sucihandika506@yahoo.com) [sdharma3005@gmail.com](mailto:sdharma3005@gmail.com) [zeshasina@yahoo.com](mailto:zeshasina@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti Perbandingan Kesadaran Merek Konsumen Pada Beberapa Merek Produk Air Mineral Atau Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Di Kota Padang. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli atau mengkonsumsi produk air mineral di Kota Padang dengan kriteria berumur 17 tahun ke atas, membeli atau mengkonsumsi produk air mineral, berdomisili di Kota Padang. Ukuran sampel dari penelitian ini adalah 138 responden. Teknik pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada responden. Metode analisa data yang dipergunakan untuk menganalisa elemen *brand awareness* adalah dengan cara analisa deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *brand awareness* air mineral Aqua memiliki *top of mind* tertinggi sedangkan yang paling rendah adalah Aicos dan Ayia. Pada kategori *brand recall* air mineral SMS yang memperoleh nilai tertinggi, dimana merupakan merek yang diingat setelah merek utama, sedangkan yang paling rendah adalah 2Tang. Pada kategori *brand recognition* dan *unware brand*, merek Aqua dan SMS lebih dikenal tanpa ada yang lupa menuliskannya/ tidak mengenal sama sekali.

**Kata Kunci: Kesadaran Merek**