

## INTI SARI

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam atau mengeksplorasi *lovemarks* pada penggemar Zara di Surabaya. Penelitian ini dibatasi pada penelitian penggemar Zara yang bertempat tinggal Surabaya, menggunakan konsep *lovemarks* oleh Kevin Roberts (2004) dengan ruang lingkup penelitian pada *Mystery (Tell your stories; Use your pasy; Present; and Future; Tap Into Dream; Nature Your Myths and Icon; Build On Inspiration)*, *Sensuality (sound, sight ,smell, Touch,Taste)*, dan *Intimacy (Emphaty;Commitment;Passion)*.

Dalam penelitian ini instrument pengambilan data yang digunakan adalah wawancara secara mendalam (*depth interview*). Langkah pertama yang dilakukan dalam analisis data adalah memberi tanda kode (*open coding*) terhadap jawaban informan berdasarkan hasil transkrip wawancara. Setelah melakukan *open coding* maka selanjutnya dilakukan tabulasi data melalui *axial coding*, kemudian dilanjutkan dengan tabulasi koding selektif (*selective coding*) untuk menyeleksi dan mereduksi data dari koding axial (*axial coding*). Setelah itu melakukan Interpolasi dari hasil koding selektif (*selective coding*) untuk dapat mengetahui *lovemarks* pada penggemar Zara di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa hal sebagai berikut: Elemen *mystery* yang diungkapkan oleh informan adalah: Menyukai merek Zara, Mengingat waktu pertama kali tahu dan suka Zara, Menyukai desain produk Zara, Memperhatikan perkembangan Zara, Zara cepat mengeluarkan model baru, Terasa tampil beda kalau menggunakan produk Zara, Produk Zara tidak banyak yang menyamai , Suka dengan suasana dan pelayanan di toko Zara, Puas dengan Zara, Merekomendasikan Zara. Elemen *sensuality* yang diungkapkan oleh informan adalah: Produk Zara nyaman dipakai, Produk Zara bahannya bagus, Produk Zara tidak terlihat murahan. Elemen *intimacy* yang diungkapkan oleh informan adalah: Jumlah produk Zara lebih dari sepuluh, selalu mengingat Zara, cocok langsung beli, Selalu ingin beli produk Zara, Kecewa produk Zara yang dimiliki rusak, Berkorban lebih demi Zara Koleksi produk Zara.

Kata Kunci: *Lovemarks, Mystery, Sensuality, Intimacy*.

## ***ABSTRACT***

The purpose of this study is to explore and discover more the concept of *Lovemarks* within Zara lovers in Surabaya. The participants of this study are restricted to Zara lovers that reside only in Surabaya, using Lovemarks concept by Kevin Roberts (2004) with the perimeters set on *Mystery (Tell your stories; Use your past; Present; and Future; Tap Into Dream; Nature Your Myths and Icon; Build on Inspiration)*, *Sensuality (sound, sight, smell, touch, taste)*, and *Intimacy (Empathy; Commitment; Passion)*.

In this study, the instrument used for collecting data is *in-depth interview*. The first step taken in analyzing the data is marking *open coding* to the informant's answers based on the interview transcript. After *open coding* is done, next is tabulating data through *axial coding*, followed by *selective coding* to sort and reduce the data that has gone through *axial coding*. After that, data interpolation of the *selective coding* outcome is done to understand the notion of Lovemarks within Zara lovers in Surabaya.

Ensuing the study, several points are discovered: The element of *Mystery* revealed by informants are: Loving the Zara brand, Remembering the first purchase, Loving the design of Zara products, Watching Zara's development, that Zara is fast to release new collections, The special feeling when wearing Zara products, Zara products are not widely replicated, Loving the ambiance in Zara stores, Satisfied with Zara, and Recommending Zara. Element of *Sensuality* as expressed by the informants are: Zara products are comfortable to wear, Zara products are made with good material, and Zara products do not look low-grade. Element of *Intimacy* indicated by the informants are: The number of Zara products owned amounted to more than ten, always remembering Zara, and immediate purchase after satisfied fitting.

Keywords: *Lovemarks, Mystery, Sensuality, Intimacy.*