

INTISARI

Saat ini konsumen dihadapkan dengan begitu banyak pilihan merek. Kondisi ini membuat konsumen menjadi tidak setia terhadap suatu merek tertentu. Konsumen dengan mudah akan berpindah dari satu merek ke merek yang lain. Untuk dapat bertahan dalam persaingan dan memenangkan hati konsumen maka sebuah merek harus memiliki hubungan emosional dengan konsumen dan dicintai oleh konsumen atau konsumen mengalami *Lovemarks* terhadap merek tertentu. Tiga elemen *Lovemarks* yaitu *Mystery*, *Sensuality* dan *Intimacy*. *Lovemarks* terjadi pada beberapa merek hebat yang salah satunya adalah Blackberry. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengetahui penerapan konsep *Lovemarks* pada produk Blackberry yang dipersepsikan oleh konsumen di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai *Lovemarks* pada Blackberry di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa dari keseluruhan elemen *Lovemarks*, *Mystery* memiliki rata-rata tertinggi disusul *Sensuality* dan yang terakhir adalah *Intimacy*.

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

ABSTRACT

Today consumer is faced with so many choices of brands. This condition makes consumer's disloyalty to a certain brand. They will be easily moved from one brand to other brands. In order to strive in this competition and to win consumer's heart, a brand has to have emotional's relationship with its consumer and loved by them or consumer will experience lovemarks to certain brand. The three elements of lovemarks are mystery, sensuality, and intimacy. Lovemarks happened in some great brands which one of them is Blackberry. This survey is aimed to describe and know the application of Lovemarks' concept to Blackberry in Surabaya.

This survey is conducted in descriptive research, which is a survey aimed to know and get the picture of Blackberry lovemarks in Surabaya. The technique used in the sampling is non probability sampling. The total number of sample used in this survey is 100 respondents.

The result of data processing showed that mystery has the highest rate from the whole element of lovemarks, followed by sensuality, and the last one is intimacy.

Keywords: Lovemarks, Mystery, Sensuality, Intimacy.

