

## INTISARI

### STUDI EKSPLORATORI LOVEMARKS PADA PELANGGAN COCO CHANEL DI SURABAYA

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana *Lovemarks* terjadi pada pelanggan Coco Chanel di Surabaya. *Lovemarks* menjadi topik utama karena diketahui bahwa *Lovemarks* memiliki struktur emosi yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah salah satu merek fashion yang dapat mencapai *Lovemarks*, yaitu Coco Chanel. Coco Chanel merupakan satu-satunya produk fashion wanita yang masuk peringkat sepuluh besar dalam kategori *Lovemarks*.

Penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan Coco Chanel dan menggunakan konsep *Lovemarks* oleh *Kevin Roberts*. Sumber data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan enam orang informan yang telah dipilih sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan, menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan cara *judgmental sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*.

Dari hasil pengolahan data primer melalui langkah tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan Coco Chanel cenderung melewati tahap *brands* terlebih dahulu sebelum dapat mencapai *Lovemarks*. Selain itu, dapat pula diketahui bahwa elemen dominan *Lovemarks* pada pelanggan Coco Chanel di Surabaya adalah *mystery* dengan sub elemen *great story*.

**Kata kunci :** *Lovemarks, Mystery, sensuality, Intimacy*