

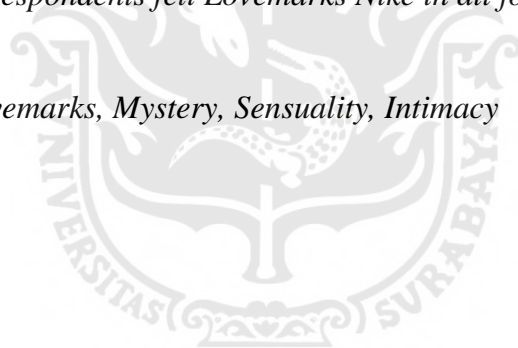
ABSTRACT

The purpose of this study is to explore into Lovemarks on Nike lovers in Surabaya. The participants of this study are restricted to Nike lovers that reside only in Surabaya.

Types of research used in this study is exploratory research on Nike Lovemarks. Lovemarks in this study include elements of Mystery, Sensuality, and Intimacy. The target population in this study is Nike's lovers in Surabaya. Characteristics of the population is of male and, minimum education level is high school or equivalent, based in Surabaya, the majority of the most collectible brands are Nike brand, the time span informants into lovemarks with Nike products at least 5 year. The data used in this study is the primary data obtained from in-depth interviews in seven respondents. In this study using an open coding, coding axial, and selective coding.

The findings, interpretations and conceptualizations of the seven respondents, showed that of all the elements of Lovemarks, intimacy is the most dominant element and Sensuality and the last is the mystery. Thus indicates that respondents felt Lovemarks Nike in all forms of elements

Keywords: Lovemarks, Mystery, Sensuality, Intimacy



INTISARI

Tujuan penelitian ini untuk menggali lebih dalam *Lovemarks* pada pencinta Nike di Surabaya. Penelitian ini dibatasi pada penelitian terhadap pencinta Nike yang bertempat tinggal di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset exploratori pada *Lovemarks* Nike. *Lovemarks* dalam penelitian ini mencakup elemen *Mystery*, *Sensuality*, dan *Intimacy*. Target populasi dalam penelitian ini adalah pencinta Nike di Surabaya. Karakteristik populasi adalah pria maupun wanita, berpendidikan terakhir minimal SMA atau sederajat, berdomisili di Surabaya, mayoritas merek yang paling banyak dikoleksi adalah merek Nike, rentang waktu informan menjadi *lovemarks* dengan produk Nike minimal 5 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara mendalam pada 7 responden. Dalam penelitian ini menggunakan pengkodean terbuka, pengkodean aksial, dan pengkodean selektif.

Dari hasil temuan, interpretasi dan konseptualisasi terhadap 7 responden, menunjukkan bahwa dari keseluruhan elemen *Lovemarks*, *intimacy* adalah elemen paling dominan, kemudian *sensuality* dan yang terakhir adalah *mystery*. Sehingga menunjukkan bahwa responden merasakan *Lovemarks* Nike dalam semua bentuk elemen.

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