

REFERENCES

- Afiezhan, A., Wijaya, G., Priscilia, & Claudia, C. (2020). The Effect of Free Cash Flow, Company Size, Profitability and Periods. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.
- Ayuni, G. N., & Fitriana, D. (2019). Penerapan Metode Regresi Linear Untuk Prediksi Penjualan Properti pada PT XYZ. *Jurnal Telematika*.
- Azmi, M. P., & Azwir, S. (2020). Pengembangan Instrumen Tes Kemampuan Komunikasi Matematis pada Materi Segi Empat. *Juring (Journal for Research in Mathematics Learning)*.
- Berdi, M. (2021, August 19). *Coach owner Tapestry forecasts higher revenue, profit as luxury demand returns*. Retrieved from <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/coach-owner-tapestry-quarterly-sales-beats-estimates-2021-08-19/>
- Bopeng Zhang a, J.-H. K. (2013). Luxury fashion consumption in China: Factors affecting attitude and purchase intent. *Journal of Retailing and Consumer Services* 2, 70.
- BussinesEssay. (2021, June 18). *Coach Inc Company' Structure and Competitive Environment*. Retrieved from <https://business-essay.com/coach-inc-company-structure-and-competitive-environment/>
- Chabibulina, A. (2013, August 06). *Furla Sustainable Design and Marketing Strategy*. Retrieved from issuu.com/anecha/docs/furla_report_-_group_and_individual/27

CHANDRA, S. S. (2020). ANALISIS PENGARUH BRAND CONCIIOUSNESS, MATERIALISM ,SOCIAL COMPARISON, FASHION INNOVATIVENESS DAN FASHION INVOLVEMENTTERHADAP ATTITUDE TOWARDS LUXURY FASHION GOODS DAN REPURCHASE INTENTION OF LUXURYFASHION GOODS DAN REPURCHASE INTENTION OF LUXURY FASHION . *Bachelor Thesis*.

Coach. (n.d.). Retrieved from <https://uk.coach.com/history-heritage.html>

Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan .

Dewi, L. G., & Latrini, M. Y. (2020). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Dan Materialism pada Personal Financial Behavior melalui Financial Literacy Mahasiswa Akuntansi. *E-jurnal akuntansi*.

Dr. I Wayan Widana, S. M., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Jawa Timur: Klik Media.

Dyajeng Puteri Woro Subagio*, D. L. (2022). Pengaruh Endorser terhadap Purchase Intention dengan Perceived Value dan Perceived Usefulness sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Viewer Food Vlogger of YouTube Channel) . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4.

Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020).

PersepsiMahasiswaTerhadapKemampuanDalamMendirikanUMKMDanEfektivitasPromosiMelaluiOnlineDiKotaTangerangSelatan. *Jurnal Ilmiah MEA*.

- Eko Sudarmanto, A. Z. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif. Desain Penelitian Bisnis.*
- Fahrizqi, E. B., Gumantan, A., & Yuliandra, R. (2021). Pengaruh latihan sirkuit terhadap kekuatan tubuh bagian atas unit kegiatan mahasiswa olahraga panahan. *Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga.*
- Flanagan, J. (2021, November 15). *Coach, A Brand with a Rich History (But Are They Any Good?)*. Retrieved from <https://www.90sfashion.com/is-coach-a-good-brand/>
- Gonzalez, T. (2022, March 22). *Coach's Latest Bag Sold Out in 2 Minutes, and It's Starting a Huge New 2022 Bag Trend.* Retrieved from <https://www.instyle.com/fashion/nyfw-new-coach-cashin-bag>
- Herachwati, N., Suliswati, J., & Nguru, M. G. (2019). PENGARUH SOCIAL COMPARISON PADA WORK ATTITUDE: PERAN PEMDERASIAN COMPETITIVE WORK GROUP. *Jurnal Siasat Bisnis.*
- Hidayat, A. (n.d.). *Uji Pearson Product Moment dan Asumsi Klasik.* Retrieved from <https://www.statistikian.com/2012/07/pearson-dan-asumsi-klasik.html>
- Ibnu. (2022, April 4). *Apa Itu Koefisien Korelasi dan Contoh Kasusnya dalam Statistik Sederhana.* Retrieved from <https://accurate.id/akuntansi/koefisien-korelasi/>
- Isrinasipa, I. (2018). PENGARUH FASHION INNOVATIVENESS DAN FASHION INVOLVEMENT. *Bachelor Thesis.*

- Ivanna Syifa Johan^{1*}, R. I.-G. (2020). Measuring Repurchase Intention on Fashion Online Shopping. *SHS Web of Conferences* 76, 01015 (2020) , 3.
- Janna, M. N. (2020). 1PENGANTAR STATISTIKA PENDIDIKAN. *OSFPREPRINTS*.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. (2020). AKTIVITAS BELAJAR MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA PEMBELAJARAN LEARNING MANAGEMENT SYSTEM (LMS) BERBASIS EDMODO DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH. *Jurnal Artefak Vol.7 No.1*.
- Jessica. (2021). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, VANITY SEEKING DAN MATERIALISM TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA KECEANTIKAN (STUDI KASUS PADA KIMLYA AESTHETIC CLINIC DI PANGKALPINANG). *JURNAL ILMIAH PROGRES IF MANAJEMEN BISNIS (JIPMB), STIE-IBEK*.
- Keni, S. H. (2019). Prediksi Social Media Marketing dan Brand Uniqueness Terhadap Brand Loyalty: Brand Consciousness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*,, 327.
- Kompas.com. (2019, April 4). *Produk Tas Coach Terlaris di Indonesia*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/04/04/091201220/produk-tas-coach-terlaris-di-indonesia>
- Krismeniary, M. Y. (2020). Pengaruh Fee Audit dan Profesionalisme Terhadap Kualitas Audit Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi

Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Wilayah Jakarta) . *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.

Kurniawan, A. R., Chan, F., Abdurrohman, M., Wanimbo, O., Putri, N. H., Intan, F.

M., & Samosir, W. L. (2019). PROBLEMATIKA GURU DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM. *Edustream: Jurnal Pendidikan Dasar*.

Lenaini, I. (2021). TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN.

Historis : Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah.

Magdalena, R., & Krisanti, A. M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi

Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal TEKNO*, 37.

Manafe, J. D. (2022). PENGARUH MATERIALISME, SPIRITUALITAS DAN

PERILAKU BERHEMAT TERHADAP KELEBIHAN BERHUTANG.

STUDI PADA APARATUR SIPIL NEGARA DI KOTA KUPANG. *Jurnal ekonomis dan bisnis*.

Management, D. T. (2013, October 11). *Luxury At An Affordable Price: Why*

Coach Look Appealing. Retrieved from

<https://seekingalpha.com/article/1741632-luxury-at-an-affordable-price-why-coach-looks-appealing>

Mubarok, M. M. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE DAN SIKAP

KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK JETIS

SIDOARJO DIMEDIASI OLEH MINAT BELI. 5.

- Nadine Estella, T. C. (2019). PENGARUH PERCEIVED RISK, TRUST, DAN FASHION INNOVATIVENESS TERHADAP ONLINE PURCHASE INTENTION INCENDIO. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Nahak, H. M. (2019). UPAYA MELESTARIKAN BUDAYAINDONESIADI ERA GLOBALISASIEffort To Preserve Inddonesian Culture In The Era Of Globalization. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 167.
- Pratita, B. W., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan. *Jurnal Pendidikan, Vol. 3, No. 4, Bln April, Thn 2018, Hal 497—503*.
- Puriwianti, L. (2018). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA SMARTPHONE DI BATAM. *Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi SI-Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha. ISSN 1411-9293 | e-ISSN 2579-4094. <http://journal.maranatha.edu/jmm>, 42*.
- Rahmawati, A. P., Prihastuty, R., & Azis, A. (2018). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP REPURCHASE INTENTION. *JURNAL PSIKOLOGI ILMIAH*.
- Resna Septianningsih*, P. S. (2021). PENGARUH SOCIAL COMPARISON TERHADAP BODY IMAGE PADA WANITA DI HARMONY FITNESS CENTER SUMBAWA BESAR. *JURNAL PSIMAWA*, 28.

Retaildogma. (n.d.). *Luxury Brand: Definition, Characteristics & Examples*.

Retrieved from <https://www.retaildogma.com/luxury-brand/>

Retnawati, H. (2017). VALIDITAS DAN RELIABILITAS KONSTRUK SKOR TES KEMAMPUAN CALON MAHASISWA. *Jurnal Ilmu Pendidikan, jilid 23, no.2*.

Ricardo, H., & Jaolis, F. (2019). PENGARUH FAKTOR-FAKTOR BRAND CONSCIOUSNESS, FASHION INNOVATIVENESS, DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP SIKAP DAN NIAT MEMBELI LUXURY FASHION BRANDS DI SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran, 1*.

Riski, M. S., & Riana, A. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Kepemimpinan Transformasional dan Kecerdasan emosional terhadap kepuasan dan kinerja PNS pada bagian umum dan protokol sekretariat daerah Kabupaten Kutai Timur. *SMART (Study Management Research)*.

Sangaji, R. (2021, January 12). Retrieved from Indonesia's Luxury Goods Market During the Pandemic: <https://brightindonesia.net/2021/01/12/indonesias-luxury-goods-market-during-the-pandemic/>

Sangaji, R. (2021, 12 12). *Indonesia's Luxury Goods Market During the*

Pandemic. Retrieved from

<https://brightindonesia.net/2021/01/12/indonesias-luxury-goods-market-during-the-pandemic/>

- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan . *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022 / 15.
- Sebayang, R. (2019, June 23). *78 Tahun Perjalanan 'Coach', Tas Favorit Jutaan Wanita*. Retrieved from CNBC Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190623160133-33-80077/78-tahun-perjalanan-coach-tas-favorit-jutaan-wanita>
- Setiawan, A. G., & Sesilia, O. (2019, December). *TREND INDUSTRI FESYEN DI INDONESIA*. Retrieved from <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/>
- Setiawan, E. (2021). PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG PENERAPAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa AKUNTANSI)*.
- Sevira Chandra *, A. ., (2021). Analysis of the Influence of Brand Consciousness, Materialism, Social Comparison, Fashion Innovativeness, and Fashion Involvement on Attitude Towards Purchasing Luxury Fashion Goods and Repurchase Intention of Luxury Fashion Goods Furla Customers in Surab. *evira Chandra / International Journal of Research Publications (IJRP.ORG)*, 120.
- Shaari*a, H., Hamidb, S. N., & Mabkhotc, H. A. (2022). Millennials' Response Toward Luxury Fashion Brands: The Balance Theory's Perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 102.

- Sharda, N., & Bhat, A. (2019). Role of consumer vanity and the mediating effect of brand consciousness in luxury consumption. *Journal of Product & Brand Management*.
- Silitonga, L. T. (2013, April 15). *PRODUK COACH: Kanmo Optimisis Raih Sukses di Indonesia*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20130415/12/8609/produk-coachkanmo-optimisis-raih-sukses-di-indonesia>
- Sindo. (2012, October 15). *Indonesia Pasar Produk Mewah Terbesar*. Retrieved from <https://lifestyle.okezone.com/read/2012/10/15/29/704234/indonesia-pasar-produk-mewah-terbesar>
- Sriningsi, M., Hatidja, D., & Prang, D. j. (2018). PENANGANAN MULTIKOLINEARITAS DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS REGRESI KOMPONEN UTAMA PADA KASUS IMPOR BERAS DI PROVINSI SULUT. *Jurnal Ilmiah Sains Vol.18 No.1*, 19.
- Statista. (2022). *Luxury Fashion - Indonesia*. Retrieved from <https://www.statista.com/outlook/cmo/luxury-goods/luxury-fashion/indonesia>
- Stawati, V. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 151.
- Sucidha, I. (2019). PENGARUH FASHION INVOLVEMENT, SHOPPING LIFESTYLE, HEDONIC SHOPPING VALUE DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION

PADA PELANGGAN DUTA MALL BANJARMASIN. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*.

Sudarti, K., & Ulum, S. B. (2019). PERAN SIKAP KONSUMEN DALAM MEMEDIASI. *EKOBIS Vol. 20, No.2, Juli 2019*.

Suhardiman, M. B. (2018). KERJA PEGAWAI PADA BAGIAN HUMAS DAN PROTOKOL PEMERINTAH KOTA SAMARINDA.

Suryani, L. N. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah, Manajemen SDM*, 427-428.

Tania, S. (2015, December 14). *Potential of Female Luxury Market in Indonesia-Survey Report*. Retrieved from <https://blog.jakpat.net/potential-of-female-luxury-market-in-indonesia-survey-report/>

Usmadi. (2020). PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS (UJI HOMOGENITAS DAN UJI NORMALITAS). *Inovasi Pendidikan Vol.7 No.1*.

Wenas3, W. A. (2022). THE INFLUENCE OF CONSUMER ATTITUDE AND LIFESTYLE ON SMARTPHONE PURCHASE DECISION (STUDY ON UNSRAT IN MANADO). *Jurnal EMBA*, 513.

Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE EASE OF USE CUSTOMER TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION KONSUMEN SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA BARU KOTA SUKABUMI. *CAKRAWALA RepositorY IMWI*.

Zhang, J.-H. K. (2015). Attitude and Purchase Intent for Luxury Fashion Goods:
Cultural Differences between Americans and Chinese. *International
Journal of Costume and Fashion*.

