

ABSTRAK

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, KUALITAS PRODUK,
DAN ULASAN KONSUMEN DARING TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN**

Studi pada Konsumen Produk COSRX di Platform Sociolla

Cecilia Ayu Kartikaningrum
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh secara simultan pengetahuan produk, kualitas produk, dan ulasan konsumen daring terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh secara parsial pengetahuan produk terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh secara parsial ulasan konsumen daring terhadap loyalitas konsumen pada produk COSRX. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya adalah seluruh pengguna aplikasi Sociolla dengan sampel sebanyak 145 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Teknik pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan *software* SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) pengetahuan produk, kualitas produk, dan ulasan konsumen daring secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (2) pengetahuan produk secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, (3) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, dan (4) ulasan konsumen daring secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada produk COSRX.

Kata kunci: pengetahuan produk, kualitas produk, ulasan konsumen daring, dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT QUALITY,
AND ONLINE CONSUMER REVIEW TOWARDS CONSUMER LOYALTY**

Consumer Study of COSRX Products on the Sociolla Platform

Cecilia Ayu Kartikaningrum
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2026

This research aims to determine: (1) the simultaneous influence of product knowledge, product quality, and brave consumer reviews on consumer loyalty, (2) the partial influence of product knowledge on consumer loyalty, (3) the partial influence of product quality on consumer loyalty, (4) partial influence of consumer courage reviews on consumer loyalty to COSRX products. This type of research is quantitative research. The population in this study were Sociolla users with a sample size of 145 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The instrument testing technique used was the validity test and the reliability test. The data analysis technique in this study used multiple linear analysis and the calculations used SPSS 22. The results of this research are: (1) product knowledge, product quality, and online consumer reviews simultaneously influence consumer loyalty, (2) product knowledge partially has a positive influence on consumer loyalty, (3) product quality partially has a positive influence on consumer loyalty, and (4) online consumer reviews partially have no effect on consumer loyalty to COSRX products.

Keywords: product knowledge, product quality, online consumer review, and consumer loyalty.