

Pengaruh *Digital Marketing, Customer Trust, Dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di *E-Commerce Tiktok Shop*, Ahmad Sholikhin, 2025, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Pengaruh *Digital Marketing, Customer Trust, Dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Di *E-Commerce Tiktok Shop*. Penelitian ini dilakukan di mahasiswa fakultas ekonomi unisda lamongan dengan melibatkan 88 mahasiswa sebagai responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data SEM PLS yang diolah menggunakan SmartPLS 4. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *digital marketing* dan *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *produk quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *product quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Customer Trust, Product Quality*, Kepuasan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian.