

**PERAN SOCIAL NETWORK SITES SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PENGARUH
KEPERCAYAAN, VARIASI PRODUK, DAN E-WOM
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN JASA
PENJAMINAN**

(STUDI DI PT JAMKRINDO)

Diajukan sebagai prasyarat meraih gelar Magister
dari Program Studi PJJ S2 Manajemen

TESIS

DISUSUN OLEH

**ANANDA WIDHIA PUTRI
2403212095**



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**