

**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**