

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ASURANSI JAMKRINDO DENGAN INTERVENING *BRAND AWARENESS*
(Studi Pada Produk *Surety Bond* Jamkrindo)



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh :

MUKI MEILINDA

NIM. 12010116410051

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**