

**PERAN *STRATEGIC USE SOCIAL MEDIA IN*  
*MARKETING* TERHADAP *MARKETING*  
*PERFORMANCE* DENGAN *SALES-SERVICE*  
*AMBIDEXTERITY* SEBAGAI MEDIASI: PERSPEKTIF  
*RATOC***



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh:**

**AHMAD BIMA MAHENDRA  
NIM. 12010122420153**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2024**