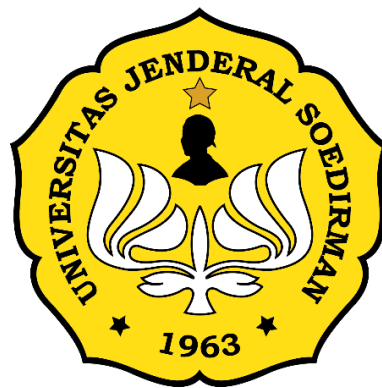


SKRIPSI - MBKM
PERAN *ORGANIZATIONAL AGILITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
DALAM HUBUNGAN ANTARA *ADOPTION DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN



Oleh:
RININTA DHIANY SAVITRI
NIM. C1B020011

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2023