

## ABSTRAK

Di zaman globalisasi, perusahaan tidak dapat menghindar dari arus persaingan, turbulensi eksternal, perubahan dan perkembangan teknologi, kebutuhan dan selera pelanggan yang cepat. Sehingga, untuk dapat mencapai keberhasilan kinerja pemasaran, perusahaan harus memiliki kemampuan dinamis untuk mengamati dan bereaksi terhadap perubahan. Kemampuan dinamis dikatakan memperkuat kinerja bisnis, namun hal ini masih menjadi perdebatan. Studi-studi terdahulu menunjukkan inkonsistensi pengaruh kemampuan dinamis terhadap kinerja perusahaan, di mana ini menjadi masalah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif di mana *Dynamic Capability Theory (DCT)* digunakan sebagai kerangka berfikir. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan sebuah konsep baru dan model penelitian empirik untuk mengatasi kesenjangan mengenai pengaruh *Dynamic Capability* terhadap *Marketing Performance* serta melakukan pembuktian model tersebut pada industri perusahaan *startup* digital. Proses sintesis dari *DCT* dalam penelitian ini menghasilkan variabel baru yaitu *Agile Technology-based Product Innovation*. Untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian, maka variabel *Collaboration* dan *Competitive Advantage* dimasukkan untuk meningkatkan *Marketing Performance* pada industri perusahaan *startup* digital di Indonesia. Sampel penelitian ini berjumlah 293 manajer atau direktur perusahaan *startup* digital. Data kemudian dianalisis menggunakan prosedur *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan SPSS 27 dan AMOS 26. Hasil penelitian menunjukkan dari tujuh hipotesis yang diajukan, keenam hipotesis diterima, sedangkan satu hipotesisnya ditolak. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki *Dynamic Capability* dan menerapkan *Agile Technology-based Product Innovation* serta mau berkolaborasi dengan perusahaan lain, akan meningkatkan *Competitive Advantage* dan *Marketing Performance* perusahaan.

**Kata kunci:** kemampuan dinamis, *Agile Technology-based Product Innovation*, kolaborasi, kinerja pemasaran, *startup* digital.