

Analisis Kualitas Dan Inovasi Teknologi Smartphone Vivo Di Pasar Indonesia

Muhammad Rifky Satria Ardhana^{1*}, Nindya Kartika Kusmayati², Yuli Kurniawati³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Manajemen, STIE Mahardhika Surabaya, Indonesia

Email : ^{1*}rifkysatriardhana@gmail.com,

²Nindy.kusmayati@stiemahardhika.ac.id, ³Yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas dan inovasi teknologi smartphone Vivo di pasar Indonesia dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui tinjauan literatur. Penelitian ini meneliti berbagai faktor yang berpengaruh terhadap daya tarik ponsel Vivo, mencakup kualitas produk seperti kamera, ketahanan baterai, dan desain, serta inovasi teknologinya seperti teknologi kamera berbasis kecerdasan buatan, pengisian daya cepat, dan sensor sidik jari yang terintegrasi pada layar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa para konsumen Indonesia sangat menghargai kualitas kamera Vivo yang memungkinkan pengambilan foto berkualitas tinggi dalam beragam kondisi, daya tahan baterai yang lama, serta desain yang stylish dan nyaman. Selain itu, teknologi pengisian daya cepat dan penerapan AI dalam pengaturan foto juga mendapat respon positif dari para pembeli. Pilihan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh keseimbangan antara harga dan fitur yang tersedia, di mana Vivo menyediakan fitur-fitur unggulan dalam kategori harga yang bersaing. Penelitian ini menyajikan kontribusi baru dalam memahami selera konsumen Indonesia terhadap kualitas dan inovasi teknologi ponsel Vivo, sekaligus memberikan wawasan penting untuk pengembangan produk di pasar Indonesia. Hasil ini mendukung kajian sebelumnya mengenai pentingnya kualitas produk dan inovasi teknologi dalam pemilihan smartphone.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Teknologi, Strategi Pemasaran, Keputusan Pembelian, Smartphone Vivo, Pasar Indonesia

Abstract This study aims to analyze the quality and technological innovation of Vivo smartphones in the Indonesian market using a qualitative descriptive approach through a literature review. This study examines various factors that influence the attractiveness of Vivo phones, including product quality such as camera, battery life, and design, as well as technological innovations such as artificial intelligence-based camera technology, fast charging, and fingerprint sensors integrated into the screen. The research findings show that Indonesian consumers highly value Vivo's camera quality which allows for high-quality photos in various conditions, long battery life, and stylish and comfortable design. In addition, fast charging technology and the application of AI in photo settings also received positive responses from buyers. The choice to buy is greatly influenced by the balance between price and available features, where Vivo provides superior features in a competitive price category. This study presents a new contribution to understanding Indonesian consumers' tastes for the quality and technological innovation of Vivo phones, while providing important insights for product development in the Indonesian market. These results support previous studies on the importance of product quality and technological innovation in smartphone selection.

Keywords: Product Quality, Technological Innovation, Marketing Strategy, Purchasing Decision, Vivo Smartphone, Indonesian Market

1. PENDAHULUAN

Pasar smartphone di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di kawasan Asia Tenggara dengan adopsi dan kebutuhan yang terus tumbuh setiap tahunnya. Kemajuan teknologi yang cepat telah mendorong banyak merek untuk terus berinovasi dan menghadirkan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan permintaan konsumen. Vivo, sebagai salah satu penguasa pasar, telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan IDC (2020), Vivo termasuk dalam lima merek ponsel yang paling populer di Indonesia, bersaing ketat dengan merek-merek lain seperti Samsung, Oppo, dan Xiaomi. Keberhasilan ini tidak terlepas dari strategi Vivo dalam menghadirkan produk berkualitas unggul dan inovasi teknologi yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam sektor ponsel pintar. Wicaksono dan Prasetyo (2020) menemukan bahwa kualitas produk, seperti ketahanan baterai dan performa kamera, adalah dua hal utama yang memengaruhi kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Di samping itu, Sukmawati dan Ernawati (2021)

menekankan pentingnya inovasi teknologi dalam menarik minat konsumen, terutama fitur berbasis kecerdasan buatan (AI) dan desain yang nyaman. Pranata dan Setiawan (2022) juga menambahkan bahwa strategi pemasaran, seperti promosi di platform media sosial, memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan citra merek Vivo di pasar Indonesia.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan, masih ada kekurangan dalam memahami hubungan antara kualitas produk dan inovasi teknologi secara menyeluruh. Sebagian besar studi hanya menyoroti satu aspek, yaitu kualitas saja atau inovasi, tanpa mempertimbangkan bagaimana kombinasi kedua faktor ini dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, belum ada banyak penelitian yang secara khusus mendalami pengaruh pendekatan menyeluruh Vivo terhadap daya saingnya di pasar Indonesia yang sangat kompetitif. Pertanyaan utama yang masih belum terjawab adalah sejauh mana integrasi antara kualitas produk dan inovasi teknologi dapat menjaga kesetiaan konsumen dan memperbesar pangsa pasar Vivo di tengah serangan pesaing.

Studi ini memberikan kontribusi dengan menyajikan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana sinergi antara kualitas produk dan inovasi teknologi yang diterapkan oleh Vivo berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan. Dengan menerapkan metode kualitatif deskriptif melalui tinjauan pustaka yang terkini, penelitian ini tidak hanya menjelaskan keunggulan strategi Vivo, tetapi juga menyajikan sudut pandang baru mengenai pentingnya pendekatan menyeluruh dalam menjaga keunggulan dalam pasar ponsel pintar Indonesia. Penelitian ini menawarkan wawasan yang berharga bagi pelaku industri dan akademisi dalam memahami dinamika pasar teknologi yang terus berubah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis eksplorasi dengan pendekatan deskriptif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendalami lebih jauh bagaimana kualitas dan inovasi teknologi dari smartphone Vivo mempengaruhi pilihan pembelian konsumen di pasar Indonesia. Metode yang diterapkan adalah studi literatur, dengan merujuk kepada penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, namun dimodifikasi untuk menjawab pertanyaan riset secara lebih spesifik dan menyeluruh. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari artikel jurnal ilmiah, laporan industri, dan publikasi lainnya yang dirilis dalam empat tahun terakhir (2020–2024). Artikel-artikel tersebut diperoleh melalui akses ke basis data jurnal terpercaya seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink. Selain itu, laporan industri dari International Data Corporation (IDC) dan Counterpoint Research juga dimanfaatkan untuk mendukung analisis kuantitatif sekunder.

Populasi yang diteliti adalah literatur yang membahas mengenai kualitas produk, inovasi teknologi, strategi pemasaran, dan keputusan pembelian dalam konteks smartphone Vivo di Indonesia. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria artikel yang dipublikasikan dalam jurnal yang terindeks, relevan dengan topik penelitian, dan mengandung data empiris terkait strategi Vivo. Proses penelitian ini mengikuti langkah-langkah, seperti 1) identifikasi literatur dilakukan dengan mengumpulkan artikel berdasarkan kata kunci seperti "inovasi smartphone Vivo," "kualitas produk di Indonesia," dan "keputusan pembelian konsumen untuk smartphone." 2) dilakukan analisis data sekunder untuk menemukan poin-poin utama tentang kualitas produk, inovasi teknologi, dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. 3) data dari beragam sumber disintesis untuk menemukan tren utama, celah penelitian, dan kontribusi signifikan dari strategi Vivo.

Penelitian ini mengadaptasi metode studi literatur tradisional dengan fokus lebih mendalam pada sinergi antara kualitas produk dan inovasi teknologi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sering kali memisahkan analisis antara kualitas produk dan inovasi teknologi, studi ini mencoba memadukan kedua unsur tersebut untuk memberikan gambaran yang menyeluruh. Langkah-langkah dalam penelitian ini disusun agar dapat diulang oleh peneliti lain dengan akses ke sumber data yang serupa. Proses pemilihan sampel, analisis data, dan penafsiran hasil telah dijelaskan secara rinci untuk menjamin konsistensi dan akurasi.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini mengevaluasi mutu dan kemajuan teknologi yang di sediakan oleh smartpohone vivo di pasar Indonesia dengan memanfaatkan pendekatan kualitatif deskriptif yang relevan antara tahun 2020 hingga 2024 temuan penelitian ini mengungkap beberapa faktor penting yang mengaruhi daya tarik vivo di pasar Indonesia seperti standar produk inovasi teknik dan pembelian oleh konsumen

1) Kualitas Produk

Kualitas yang di tawarkan oleh vivo berdasarkan berbagai penelitian, menunjukan beberapa faktor kunci yang sangat berpengaruh dalam

Menarik perhatian pembeli Beberapa faktor yang sangat penting dalam kualitas produk Vivo meliputi: kamera, daya tahan baterai, dan desain. Setiap bagian ini berperan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna serta menciptakan kesan yang positif, yang memperkuat pilihan konsumen untuk menjadikan Vivo sebagai pilihan utama mereka.

a. Kamera

Kamera yang ada di smartphone vivo Kamera yang ada di smartphone Vivo, terutama dalam seri Vivo V40 dan Vivo Y18, mendapatkan ulasan baik dari pengguna karena kemampuan foto yang luar biasa, bahkan saat pencahayaan tidak ideal . Berbagai penelitian menegaskan bahwa pengguna sangat menghargai kualitas foto dari kamera Vivo, yang sering kali mampu bersaing dengan merek lain di kelas yang sama. Salah satu fitur menarik yang menjadi sorotan adalah penerapan teknologi kecerdasan buatan (AI) di dalam kameranya. Teknologi AI ini menyediakan pengaturan otomatis yang menyesuaikan kualitas foto berdasarkan kondisi di sekitar, seperti cahaya, objek, dan jenis foto yang diambil.

Fitur AI ini tidak hanya menyempurnakan kualitas gambar, tetapi juga memberikan kemudahan dalam pengambilan foto, termasuk mode potret yang lebih jelas dan kemampuan identifikasi objek yang lebih tepat. Pengguna menikmati kenyamanan dalam mengambil foto tanpa perlu mengatur manual, sehingga Vivo menjadi sangat digemari oleh para penggemar fotografi, terutama generasi muda yang aktif di platform media sosial. Keunggulan ini sejalan dengan kecenderungan global, di mana konsumen semakin mengutamakan kualitas pengambilan gambar saat memilih smartphone.

b. Daya Tahan Baterai

Daya tahan baterai adalah faktor penting yang sering dicari oleh konsumen ketika memilih smartphone. Dari berbagai penelitian, pengguna Vivo memberikan penilaian positif terhadap lama pakai baterai ponsel mereka. Vivo dikenal menerapkan teknologi penghematan energi yang membantu meningkatkan umur baterai dan memungkinkan penggunaan sepanjang hari tanpa sering mengisi ulang daya. Ini sangat relevan bagi kelompok konsumen dengan gaya hidup aktif, seperti profesional, mahasiswa, dan pengguna sosmed, yang memerlukan smartphone untuk berbagai aktivitas.

Teknologi pengelolaan daya yang cerdas memudahkan Vivo untuk memberikan pengalaman yang lebih praktis dan tanpa hambatan, terutama di saat-saat krusial. Fitur penghemat daya sangat penting mengingat banyaknya aplikasi yang berjalan bersamaan dan tingkat pemakaian yang tinggi sehari-hari. Oleh karena itu, pengguna yang memakai smartphone untuk berbagai tujuan—seperti bekerja, berkomunikasi, dan bersenang-senang—menemukan Vivo sebagai pilihan yang sangat dapat diandalkan dalam hal daya tahan baterai.

c. Desain Produk

Desain produk Vivo juga menjadi salah satu faktor utama dalam pemilihan konsumen. Vivo sering diakui memiliki desain modern dan ergonomis, yang nyaman digenggam dan mudah dibawa ke mana saja. Banyak konsumen merasa bahwa desain Vivo menciptakan kesan premium, berkat

penggunaan bahan berkualitas seperti kaca dan logam yang meningkatkan tampilan serta kenyamanan penggunaannya. Vivo sangat memperhatikan elemen estetika dan fungsional dalam desainnya, sehingga menghasilkan smartphone yang tidak hanya menarik untuk dilihat tetapi juga nyaman digunakan dalam durasi yang lama.

Selain itu, penampilan Vivo yang stylish dan kontemporer sering kali menjadi salah satu faktor utama di balik pilihan konsumen terhadap produk ini. Desain yang sederhana dengan layar penuh dan bingkai ramping memberikan pengalaman visual yang lebih mendalam, terutama bagi mereka yang suka menonton film atau bermain game. Kualitas bahan yang dipakai tidak hanya meningkatkan kesan mewah, tetapi juga memastikan perangkat ini lebih tahan terhadap goresan atau kerusakan akibat benturan ringan.

2) Teknologi Inovasi

Vivo terus memperkenalkan inovasi dengan teknologi terbaru yang tidak hanya mengikuti perkembangan yang ada, tetapi juga menciptakan tren baru di industri smartphone. Inovasi yang dilakukan Vivo, terutama dalam menambah fitur-fitur baru, telah menerima umpan balik positif dari berbagai kalangan konsumen dan ahli di bidang teknologi. Fitur-fitur canggih ini ditujukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, memperbaiki efisiensi perangkat, dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Beberapa inovasi utama yang menonjol mencakup teknologi kamera berbasis AI, pengisian daya cepat, dan sensor sidik jari yang terpasang di layar.

a. Kamera Berbasis AI

Vivo terkenal karena penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam sistem kameranya, yang telah mengubah cara pengambilan foto dan mempengaruhi pilihan konsumen terhadap merek ini. Fitur AI pada kamera Vivo tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kualitas gambar, tetapi juga membuat proses pengambilan foto lebih sederhana dan nyaman bagi pengguna, terutama bagi mereka yang tidak ingin repot dengan pengaturan manual. Teknologi AI Beauty, yang secara otomatis mengidentifikasi wajah dan menyempurnakan efek kecantikan, serta deteksi adegan otomatis yang dapat menyesuaikan pengaturan kamera sesuai dengan kondisi pencahayaan dan jenis objek yang difoto, adalah beberapa fitur unggulan yang mendapat banyak pujian.

Fitur ini sangat diminati oleh generasi muda yang cenderung aktif di media sosial dan sering membagikan foto. Pengguna tidak perlu khawatir tentang hasil foto, karena sistem AI dalam kamera Vivo secara otomatis akan menghasilkan gambar terbaik berdasarkan keadaan sekitar. Dalam beberapa survei, konsumen juga melaporkan kepuasan mereka terhadap kemampuan kamera Vivo untuk menghasilkan foto berkualitas tinggi meskipun dalam kondisi cahaya yang kurang baik, yang menjadi masalah umum pada banyak perangkat smartphone sekelasnya.

b. Pengisian Daya Cepat

Inovasi lain yang penting adalah teknologi pengisian daya cepat yang diterapkan oleh Vivo. Dengan adanya fitur ini, pengguna dapat mengisi daya perangkat dengan cepat, menjadi solusi ideal bagi mereka yang memiliki mobilitas tinggi dan perlu mengisi daya dalam waktu singkat. Teknologi pengisian daya cepat Vivo sering mendapatkan pujian karena kecepatan pengisiannya lebih efisien dibandingkan dengan banyak pesaing. Di pasar Indonesia, yang memiliki tingkat mobilitas yang sangat tinggi, fitur ini sangat relevan karena banyak pengguna yang memerlukan perangkat mereka segera siap digunakan, terutama bagi pekerja sibuk, pelajar, atau mereka yang sering bepergian.

Vivo berkomitmen untuk menyediakan inovasi pengisian yang tidak hanya cepat, tetapi juga aman untuk perangkat. Beberapa model Vivo memanfaatkan teknologi pengisian berbasis dual-charging, yang memungkinkan pengisian yang lebih cepat sambil menjaga suhu perangkat agar tetap stabil dan tidak berisiko panas berlebihan selama pengisian. Ini meningkatkan kenyamanan bagi pengguna dan mengurangi kemungkinan kerusakan perangkat akibat pengisian daya yang berlebihan.

c. Sensor Jari pada Layar

Satu lagi inovasi yang mencerminkan kemajuan teknologi Vivo adalah penggunaan sensor jari di dalam layar. Dengan teknologi ini, pengguna dapat membuka kunci perangkat hanya dengan meletakkan jari mereka di layar, tanpa perlu menggunakan tombol fisik atau pemindai sidik jari yang biasanya berada di bagian belakang atau samping perangkat. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan saat penggunaan, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih modern dan maju bagi pengguna. Sensor jari yang terintegrasi dalam layar ini juga meningkatkan tingkat keamanan perangkat, karena sidik jari dikenal sebagai salah satu cara otentikasi biometrik yang paling efektif dan sulit untuk ditiru.

Kemampuan sensor jari pada layar ini juga memenuhi kebutuhan konsumen akan desain yang lebih ramping dan sederhana, karena tidak memerlukan tombol tambahan. Teknologi ini semakin diminati oleh konsumen yang menghargai kemudahan dan keamanan. Vivo berhasil menghadirkan fitur ini di berbagai model dengan harga yang kompetitif, memberikan kesempatan kepada lebih banyak konsumen untuk menikmati teknologi canggih tanpa membebani anggaran mereka.

3) Keputusan pembelian konsumen

Keputusan pembelian konsumen terhadap smartphone Vivo dipengaruhi oleh beberapa elemen yang saling berhubungan, seperti mutu produk, harga, inovasi teknologi, serta preferensi individu. Berdasarkan informasi dari berbagai sumber dan studi yang ada, masyarakat Indonesia cenderung memilih smartphone Vivo karena merek ini memberikan kombinasi ideal antara harga yang bersahabat dan fitur berteknologi tinggi.

Vivo berhasil menarik perhatian konsumen dengan menghadirkan nilai lebih, baik dalam kualitas produk maupun teknologi yang diterapkan, menjadikannya pilihan yang kompetitif dalam pasar smartphone di Indonesia.

a. Keseimbangan Antara Harga dan Kualitas

Salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian adalah keseimbangan harga dan mutu. Vivo menyediakan produk dengan harga yang cukup bersaing, namun tetap menjaga standarisasi yang tinggi, terutama pada fitur yang dianggap penting oleh pengguna seperti kamera, daya tahan baterai, dan desain. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa konsumen menganggap Vivo sebagai pilihan yang memberikan fitur premium dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan merek lain yang sering menawarkan harga lebih tinggi untuk fitur serupa atau bahkan lebih rendah.

Masyarakat Indonesia kini semakin selektif dalam memilih produk yang memberikan nilai lebih, dan Vivo mampu memenuhi permintaan tersebut dengan menawarkan teknologi canggih seperti kamera berbasis AI, pengisian daya cepat, dan desain yang modern, semua tanpa harus mengeluarkan biaya yang sangat tinggi. Ini menjadikan Vivo pilihan menarik, terutama bagi generasi muda dan profesional yang mencari perangkat berkualitas dengan harga yang bersahabat.

b. Inovasi Teknologi sebagai Daya Tarik Utama

Selain aspek harga dan kualitas, inovasi teknologi memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian. Vivo terus berupaya berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur terbaru yang diminati oleh pengguna. Teknologi kamera berbasis AI, pengisian daya cepat, serta sistem sidik jari yang terintegrasi di layar merupakan beberapa contoh inovasi yang membuat Vivo unggul di pasar smartphone Indonesia.

Fitur-fitur inovatif ini tidak hanya memberikan kenyamanan dan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna, tetapi juga meningkatkan daya tarik merek Vivo di kalangan konsumen yang sangat memperhatikan kemajuan teknologi dalam perangkat yang mereka pilih. Pengguna di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial, biasanya tertarik pada smartphone dengan kamera berkualitas tinggi dan fitur-fitur canggih lainnya. Dengan harga yang terjangkau, Vivo menjadi solusi bagi mereka yang ingin merasakan teknologi terkini tanpa harus mengeluarkan banyak uang.

4) Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

Selain faktor-faktor fungsional, citra merek juga berperan dalam keputusan pembelian konsumen. Vivo telah berhasil membangun citra merek yang positif di Indonesia melalui kampanye pemasaran yang efektif, kolaborasi dengan selebritas dan influencer terkenal, serta menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap produk dan mendorong mereka untuk memilih merek tersebut saat membeli.

Vivo juga berhasil menciptakan loyalitas pelanggan dengan memberikan pengalaman yang memuaskan, seperti layanan purna jual yang baik dan pembaruan perangkat lunak yang teratur. Ini menguatkan posisi Vivo di pasar Indonesia dan menjadikannya pilihan yang andal bagi konsumen yang mencari kualitas dan keamanan dalam penggunaan jangka panjang.

a. Faktor Sosial dan Psikologis

Faktor sosial dan psikologis memiliki pengaruh besar dalam pilihan pembelian konsumen. Banyak orang yang terpengaruh oleh saran dari sahabat, anggota keluarga, atau bahkan oleh ulasan di platform media sosial dan e-commerce. Hal-hal seperti posisi sosial juga dapat memengaruhi pilihan pembelian, di mana konsumen yang lebih menyukai perangkat teknologi terbaru cenderung memilih Vivo karena keunggulan teknologinya yang dianggap lebih modern dan mutakhir. Oleh karena itu, di samping faktor fungsional, konsumen juga memikirkan aspek emosional saat memilih produk.

b. Perbandingan dengan Merek Lain

Vivo sangat menjaga perhatian terhadap kebutuhan di pasar yang sangat kompetitif dengan menyediakan produk yang dapat bersaing langsung dengan merek lain seperti Samsung, Oppo, dan Xiaomi. Penelitian oleh Pranata dan Setiawan (2022) menunjukkan bahwa harga yang bersaing, kualitas yang bagus, serta inovasi teknologi menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian di pasar Indonesia. Vivo mampu menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas atau fitur teknologinya, memberikan mereka keunggulan dalam persaingan di pasar smartphone kategori menengah hingga premium.

3.2 Pembahasan

a. Kualitas Produk Vivo

Melalui tinjauan literatur, diperlihatkan bahwa mutu produk Vivo merupakan salah satu faktor utama yang menarik perhatian konsumen di Indonesia. Kualitas kamera yang memanfaatkan teknologi AI menjadi fitur khas yang membuat Vivo berbeda dari kompetitornya. Banyak penelitian menunjukkan bahwa kualitas foto yang dihasilkan Vivo sangat memuaskan, terutama untuk model Vivo V40 dan Vivo Y18. Temuan ini sejalan dengan hasil kajian sebelumnya yang menyebutkan bahwa mutu kamera adalah salah satu pertimbangan utama saat memilih smartphone (Pranata & Setiawan, 2022).

Selanjutnya, ketahanan baterai juga menjadi nilai lebih yang diperhatikan oleh konsumen. Dengan adanya fitur penghematan daya dan kapasitas baterai yang besar, Vivo mampu memberikan pengalaman penggunaan yang nyaman sepanjang hari. Hal ini sejalan dengan hasil studi Wicaksono dan Prasetyo (2020), yang mengungkapkan bahwa daya tahan baterai merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi konsumen Indonesia ketika meraih smartphone.

Desain produk Vivo juga patut dihargai, karena memberikan kesan premium melalui pemakaian material berkualitas. Desain yang ergonomis dan nyaman dipegang menjadi faktor yang sering dipuji oleh konsumen dalam ulasan mereka. Sukmawati dan Ernawati (2021) menyatakan bahwa desain dan kenyamanan fisik perangkat adalah salah satu alasan konsumen memilih smartphone dari Vivo.

b. Inovasi Teknologi Vivo

Teknologi yang diimplementasikan pada smartphone Vivo, khususnya di bidang kamera dan pengisian baterai yang cepat, menunjukkan komitmen Vivo dalam menghadirkan fitur-fitur yang

sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Teknologi AI dalam kamera tidak hanya memperbaiki kualitas gambar tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih personal bagi penggunanya, seperti yang dilaporkan oleh beberapa kajian (Sukmawati & Ernawati, 2021).

Selain itu, teknologi pengisian cepat menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Penelitian Wicaksono dan Prasetyo (2020) juga menegaskan bahwa pengguna yang memiliki tingkat mobilitas tinggi sangat menghargai fitur pengisian daya yang cepat.

c. Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian konsumen untuk produk Vivo sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang disediakan serta harga yang bersaing. Di pasar Indonesia, konsumen cenderung mencari keseimbangan antara kualitas dan harga, dengan banyak yang meyakini bahwa Vivo memberikan lebih banyak nilai dibandingkan merek lain yang mematok harga lebih tinggi dengan fitur yang sama. Vivo berhasil menarik perhatian pengguna dengan fitur-fitur canggih seperti kamera berteknologi AI, daya tahan baterai yang lama, dan desain premium, yang umumnya ada pada produk-produk dengan harga lebih mahal. Seiring peningkatan kualitas barang, Vivo juga menggunakan strategi harga yang bersaing, sehingga mereka bisa bertahan di pasar yang sangat kompetitif di Indonesia.

Selain itu, reputasi merek dan citra yang terbentuk di kalangan konsumen di Indonesia juga mempengaruhi pilihan pembelian. Vivo sering dianggap sebagai merek yang menghadirkan inovasi teknologi yang tidak hanya canggih tetapi juga sesuai dengan kebutuhan konsumen lokal, seperti teknologi pengisian cepat dan peningkatan kualitas kamera. Banyak pembeli memilih Vivo karena merasa mereka mendapatkan perangkat dengan teknologi terbaru dengan harga yang tetap bersahabat, memberi mereka nilai lebih dari uang yang dibelanjakan.

d. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan hasil-hasil yang diperoleh dalam studi-studi sebelumnya tentang hal-hal yang memengaruhi keputusan pembelian smartphone di Indonesia. Misalnya, penelitian oleh Wicaksono dan Prasetyo menunjukkan bahwa kualitas produk dan fitur unggulan seperti kamera berbasis AI sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian. Dalam hal ini, teknologi kamera yang dipasang pada berbagai produk Vivo, seperti Vivo V40 dan Vivo Y18, diapresiasi oleh konsumen. Penggunaan teknologi AI untuk meningkatkan kualitas gambar serta memudahkan pengguna dalam mengabadikan momen penting membuatnya semakin relevan bagi kalangan pengguna muda yang menginginkan perangkat dengan kemampuan foto yang bagus.

Selain itu, penelitian ini juga menekankan pentingnya teknologi pengisian cepat sebagai fitur utama yang banyak dicari konsumen. Dengan tingkat mobilitas yang tinggi, terutama di kota-kota besar di Indonesia, fitur pengisian cepat menjadi sangat bernilai. Konsumen yang aktif biasanya tidak memiliki banyak waktu untuk menunggu baterai terisi, sehingga teknologi pengisian cepat dari Vivo mendapat sambutan yang baik di pasar Indonesia.

Dalam perbandingan ini, penelitian-penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang berfokus pada fitur teknis dan efisiensi biaya untuk konsumen. Vivo berhasil mengharmonisasikan kualitas produk yang baik dengan harga yang bersaing, menjadikannya pilihan menarik di pasar Indonesia yang sangat sensitif terhadap harga tetapi tetap menginginkan fitur-fitur unggulan dari perangkat yang mereka pilih.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Vivo telah sukses mempertahankan posisi yang kokoh di pasar Indonesia melalui pendekatan yang menggabungkan produk berkualitas unggul, inovasi teknologi terkini, serta harga yang kompetitif. Produk Vivo, khususnya dalam kategori kamera dengan teknologi AI, pengisian daya yang cepat, dan desain yang nyaman, terbukti menjadi elemen penting yang memengaruhi pilihan konsumen. Fitur-fitur ini sangat menarik bagi pengguna di Indonesia yang menginginkan produk berkualitas tanpa perlu mengeluarkan uang dalam jumlah

besar. Dengan memberikan kombinasi antara harga yang bersaing dan kualitas produk yang baik, Vivo berhasil menarik minat yang kuat di pasar yang sangat kompetitif ini.

- a. Penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi inovatif, seperti kamera berbasis AI dan pengisian daya cepat, menjadi nilai tambah yang sangat dihargai oleh konsumen. Kehadiran fitur-fitur ini memperkuat daya saing Vivo, terutama di kalangan generasi muda yang mencari perangkat dengan teknologi terbaru. Selain itu, desain yang sleek dan nyaman serta kualitas material yang digunakan memberikan kesan premium pada produk Vivo, yang semakin memperkuat citra merek di benak konsumen. Dengan terus mempertahankan dan mengembangkan teknologi yang relevan, Vivo berpotensi untuk terus menjadi pemimpin di pasar smartphone kelas menengah hingga atas.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melaksanakan survei lapangan yang lebih mendetail, termasuk wawancara langsung dengan konsumen. Langkah ini akan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai preferensi dan kebutuhan konsumen terhadap fitur-fitur tertentu, serta bagaimana mereka membandingkan Vivo dengan merek lainnya. Penelitian lebih lanjut juga bisa mencakup analisis terhadap strategi pemasaran Vivo jika dibandingkan dengan merek seperti Oppo dan Xiaomi. Dengan memahami preferensi konsumen dan dinamika pasar secara lebih baik, perusahaan akan dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menguatkan posisi mereka di pasar Indonesia yang sangat dinamis dan kompetitif.

REFERENCES

- Akbar, S., & Anwar, M. (2022). Studi Pengaruh Harga dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 30-45.
- Arifin, F., & Rachmawati, L. (2020). Peran Teknologi Pengisian Cepat dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Smartphone Vivo. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Inovasi*, 11(1), 65-80.
- Hasan, A., & Hidayat, L. (2021). Penerapan AI pada Smartphone Vivo dalam Meningkatkan Kualitas Foto. *Jurnal Elektronika dan Informatika*, 6(3), 180-195.
- Hidayat, R., & Wulandari, L. (2023). Inovasi Kamera pada Smartphone Vivo dan Dampaknya terhadap Citra Merek. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 14(2), 112-125.
- International Data Corporation (IDC). (2020). *Top 5 Smartphone Brands in Indonesia*. IDC Report Indonesia.
- Junaidi, A., & Sihombing, T. R. (2023). Pengaruh Desain dan Fitur Smartphone terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(3), 88-104.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Larasati, A., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 48-71.
- Nugroho, Y. (2020). Peningkatan Daya Saing Smartphone di Pasar Global Melalui Inovasi Teknologi. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(4), 75-90.
- Pranata, F., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 45-60.
- Purwanto, M., & Hadi, A. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 150-165.
- Sukmawati, R., & Ernawati, S. (2021). Perbandingan Inovasi Produk Antara Smartphone Oppo dan Vivo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo dan Vivo di Kota Bima). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 300-304.
- Sumarni, R., & Setiawan, H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Smartphone Vivo pada Konsumen di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 3(1), 120-133.
- Wicaksono, A., & Prasetyo, E. (2020). Analisis Kualitas Produk Smartphone Vivo dan Oppo. *Current Research on Practice Economics and Sharia Finance (CAPITAL)*, 1(3), 117-124.
- Yusuf, M., & Dewi, L. P. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 10(2), 115-130.