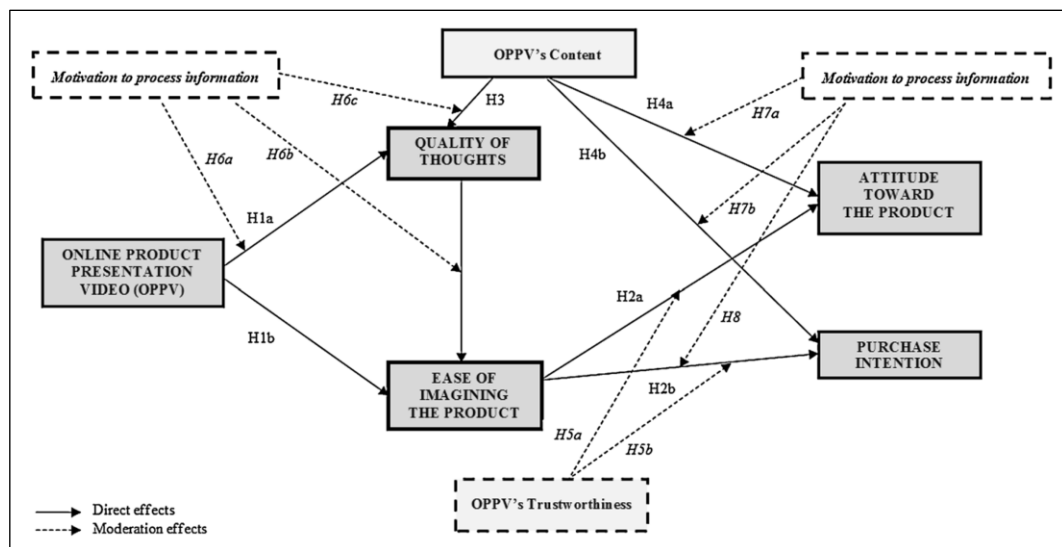


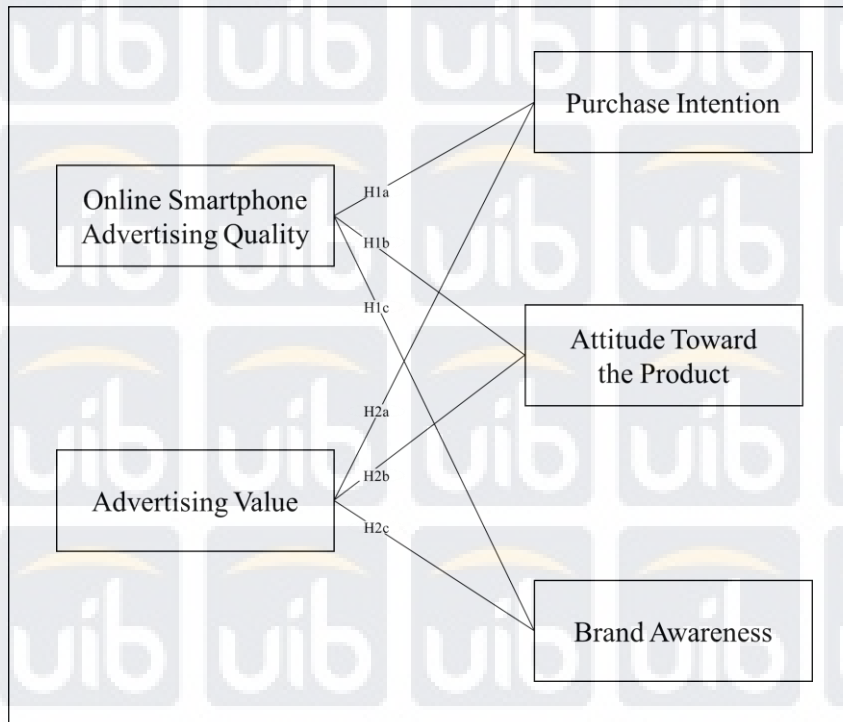
Gambar 2.1 Model Penelitian Martins



Gambar 2.2 Model Penelitian Orús

Penelitian dari Martins, Costa, Oliveira, Gonçalves, & Branco (2017) menunjukkan bahwa *design quality* berperan dalam terjadinya *Purchase Intention* dan *Brand Awareness*. Sedangkan *Advertising Value* juga memiliki hubungan dengan terjadinya *Purchase Intention*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Orús, Gurrea, & Flavián (2016), *Online Product Presentation Video (OPPV)* mempengaruhi terjadinya *Purchase Intention* dan *Attitude Toward the Product*. Studi kasus dalam penelitian ini adalah tentang iklan online di *smartphone*, maka *design quality* dan *OPPV* sebagai variabel *Online Smartphone Advertising Quality*.

Berdasarkan kedua model penelitian diatas, maka variabel yang dipilih untuk studi kasus dalam penelitian ini adalah *Online Smartphone Advertising Quality* (OSAQ), *Advertising Value* (AV), *Purchase Intention* (PI), *Attitude Toward the Product* (ATTP), dan *Brand Awareness* (BA). Oleh karena itu, kedua model tersebut dinamakan sebagai Model Penelitian Martins Orús (Lihat Gambar 2.3).



Gambar 2.3 Model Penelitian Martins Orús