

Inhalt

Vorwort.....	5
1 Zur Relevanz von Experimenten in der Marketingforschung.....	9
2 Grundlagen sozialwissenschaftlicher Forschung	11
2.1 Wissenschaftstheoretische Grundlagen	11
2.1.1 Wissenschaftstheoretische Grundpositionen	11
2.1.2 Arbeiten mit Theorien zur Hypothesenbildung	13
2.1.3 Unterschiedshypothesen und Kausalhypothesen	14
2.2 Statistische Grundlagen.....	16
2.2.1 Ein intuitives Beispiel zur statistischen Signifikanz	16
2.2.2 Fehler erster Art.....	17
2.2.3 Konfidenzintervall.....	18
2.2.4 t-Test und p-Wert	19
3 Konzeption und Durchführung von Experimenten.....	23
3.1 Konzeptionelle Grundlagen zu Experimenten.....	23
3.2 Experimentelle Versuchspläne und Stichprobengröße.....	25
3.3 Vermeidung von Methodenfehlern	31
3.4 Operationalisierung von Variablen	34
3.5 Kontrolle von Störvariablen.....	36
3.6 Kriterien zur Überprüfung der Güte von Experimenten.....	39
4 Auswertung von Experimenten mittels Varianzanalyse.....	43
4.1 Grundidee der Varianzanalyse.....	43
4.2 Vorbereitung und erste Schritte	47
4.2.1 Getrennte Datensätze eines Experiments zum ANOVA-Datensatz verknüpfen ..	47
4.2.2 Einlesen der Daten in SPSS	50
4.2.3 Datenansicht und Variablenansicht	50
4.2.4 Berechnung der gemittelten Variablen.....	51
4.2.4.1 Reliabilitätsprüfung.....	51
4.2.4.2 Neue Variablen berechnen	52
4.3 Voruntersuchungen zur Varianzanalyse	55
4.3.1 Erste deskriptive Auswertungen.....	55
4.3.2 Manipulation Checks	57
4.3.2.1 Generelles Vorgehen	57
4.3.2.2 Unterschiedliche Erscheinungsformen.....	57
4.3.2.3 Notwendigkeit und Verarbeitung.....	62
4.3.3 Prämissenüberprüfung	63
4.3.3.1 Prämissen der ANOVA	64
4.3.3.2 Zusätzliche Prämissen der MANOVA	67
4.3.3.3 Zusätzliche Prämissen der ANCOVA	69

4.4	Durchführung einer (M)AN(C)OVA.....	72
4.4.1	Durchführung und Identifikation signifikanter Effekte.....	72
4.4.2	Wirkungsrichtung der signifikanten Effekte.....	77
4.4.2.1	Graphische Analyse	77
4.4.2.2	A-priori-Kontraste	80
4.4.2.3	Post-Hoc-Tests	82
4.4.3	Effektstärke der signifikanten Effekte	86
4.4.4	Interpretation von Interaktionseffekten.....	87
5	Fallstudie zur Anwendung der Konzeption, Durchführung und Auswertung von Experimenten.....	89
5.1	Exemplarischer Datensatz.....	89
5.2	Konzeption und Durchführung eines Experiments.....	90
5.2.1	Auswahl der Faktoren und abhängigen Variablen	90
5.2.2	Auswahl der Faktorstufen	92
5.2.3	Durchführung des Experiments.....	94
5.3	Auswertung eines Experiments mittels Varianzanalyse.....	94
5.3.1	Vorbereitung und erste Schritte	94
5.3.2	Voruntersuchungen	96
5.3.3	Durchführung der Varianzanalyse.....	102
6	Fazit und Ausblick	109
Literatur	111

Grundlagen der Varianzanalyse

Konzeption - Durchführung - Auswertung

Huber, F.; Meyer, F.; Lenzen, M.

2014, VIII, 109 S. 51 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05665-0