

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung	1
1.1 Motivation.....	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen	4
1.3 Aufbau der Arbeit	5
2 Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung	9
2.1 Kundenzufriedenheit.....	9
2.1.1 Confirmation/Disconfirmation-Paradigma.....	13
2.1.2 Emotionen	22
2.2 Kundenbegeisterung	30
2.2.1 Konzeptualisierungsansätze	31
2.2.2 Auslöser von Kundenbegeisterung.....	36
2.3 Wirkung von Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung	44
3 Verhaltenswissenschaftliche Preisforschung	47
3.1 Bezugsrahmen der verhaltenswissenschaftlichen Preisforschung.....	48
3.2 Preisinformationsaufnahme	50
3.3 Preisinformationsverarbeitung.....	56
3.3.1 Enkodierung	57
3.3.2 Preisschwellen.....	58
3.3.3 Referenzpreise	62
3.3.4 Preisurteile.....	68
3.4 Preisinformationsspeicherung.....	76

3.5	Preisintentionen	82
4	Theoretische Bezugspunkte	88
4.1	Theorie kognitiver Dissonanz	89
4.2	Referenzpreisforschung	97
4.3	Equity-Theorie	98
4.4	Theorie des wahrgenommenen Risikos	101
4.5	Übersicht	106
5	Forschungsstand	108
5.1	Bezugsrahmen und Beurteilungskriterien	108
5.2	Übersicht über aktuelle Studien	111
5.3	Beurteilung des aktuellen Forschungsstandes	119
5.3.1	Inhaltliche Beurteilung	119
5.3.2	Formale Beurteilung	132
5.4	Identifikation von Forschungslücken	134
5.5	Konkretisierung der Forschungsfragen	142
6	Empirische Untersuchung	147
6.1	Experimentelle Studien	147
6.1.1	Forschungshypothesen	148
6.1.2	Grundlagen experimenteller Forschung	157
6.1.3	Experiment 1: Kundenzufriedenheit und Kaufpreis	165
6.1.3.1	Konzeption und Durchführung	165
6.1.3.2	Ergebnisse	172
6.1.3.2.1	Teilnehmer und Demographie	172
6.1.3.2.2	Operationalisierung und Manipulationscheck	174
6.1.3.2.3	Überprüfung der Forschungshypothesen	176
6.1.4	Experiment 2: Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung	181
6.1.4.1	Konzeption und Durchführung	182
6.1.4.2	Ergebnisse des Experiments	189
6.1.4.2.1	Teilnehmer und Demographie	189

6.1.4.2.2	Operationalisierung und Manipulationscheck	190
6.1.4.2.3	Überprüfung der Forschungshypothesen	197
6.1.5	Experiment 3: Kundenzufriedenheit (Erfahrungshorizont)	201
6.1.5.1	Konzeption und Durchführung	202
6.1.5.2	Ergebnisse des Experiments	207
6.1.5.2.1	Teilnehmer und Demographie	207
6.1.5.2.2	Operationalisierung und Manipulationscheck	208
6.1.5.2.3	Überprüfung der Forschungshypothesen	214
6.1.6	Diskussion der experimentellen Ergebnisse	217
6.2	Quantitative Kundenbefragung	221
6.2.1	Untersuchungsmodell	221
6.2.1.1	Übersicht	221
6.2.1.2	Hypothesen	223
6.2.2	Quantitative empirische Untersuchung	226
6.2.2.1	Datenerhebung, Datengrundlage und Datenaufbereitung	227
6.2.2.2	Operationalisierung der Konstrukte	228
6.2.2.3	Methodik der Strukturgleichungsanalyse	233
6.2.2.4	Ergebnisse	238
6.2.2.4.1	Güteprüfung der Messmodelle	239
6.2.2.4.2	Hypothesenprüfung	242
6.3	Diskussion der Ergebnisse	249
7	Schlussbetrachtung	255
7.1	Zusammenfassung	255
7.2	Implikationen für Forschung und Praxis	261
	Literaturverzeichnis	266

Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung und
Kundenpreisverhalten

Empirische Studien zur Untersuchung der
Wirkungszusammenhänge

Bösener, K.

2015, XXI, 316 S. 31 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08273-4