

# Inhaltsverzeichnis

<b>Darstellungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1. Problemstellung .....	1
1.2. Zielsetzung und Aufbau der Studie .....	2
<b>2. Preise als Determinanten der Kaufentscheidung im Einzelhandel .....</b>	<b>5</b>
2.1. Gegenstand und Einordnung des Preises .....	5
2.2. Stellenwert der Preispolitik im Einzelhandel .....	6
2.3. Kognitive Prozesse des Preisverhaltens .....	8
2.3.1. Drei-Speicher-Modell des Preisverhaltens .....	8
2.3.2. Preiswahrnehmung .....	11
2.3.3. Preisverarbeitung und Preislernen .....	13
2.3.4. Preisbeurteilung .....	13
<b>3. Relevante verhaltenswissenschaftliche Theorien .....</b>	<b>15</b>
3.1. Überblick .....	15
3.2. Information-Overload-Theorie.....	15
3.3. Information-Integration-Theorie.....	17
3.4. Theorie der kognitiven Dissonanz .....	19
<b>4. Verwirrung der Konsumenten bei Kaufentscheidungen .....</b>	<b>22</b>
4.1. Begriffliche Explikation Confusion .....	22
4.2. Consumer Confusion .....	23
4.3. Marketinginstrumente als Confusion-Auslöser .....	25
<b>5. Konzeption des Konstruktes Price Confusion .....</b>	<b>30</b>
5.1. Definition und Wirkungsmodell Price Confusion .....	30
5.2. Determinanten von Price Confusion im Einzelhandel .....	31
5.2.1. Preisinformationsmenge .....	31
5.2.2. Preisarithmetik .....	34
5.2.3. Preisaktionen .....	37
5.3. Einflussfaktoren auf die Entstehung von Price Confusion .....	40

5.3.1. Überblick .....	40
5.3.2. Motivationale Faktoren .....	41
5.3.3. Kognitive Faktoren .....	43
5.3.4. Situative Faktoren .....	45
5.4. Auswirkungen von Price Confusion auf den Kaufprozess .....	47
5.4.1. Überblick .....	47
5.4.2. Auswirkungen auf die Vorkaufphase .....	48
5.4.3. Auswirkungen auf die Kaufentscheidung .....	49
5.4.4. Auswirkungen auf die Nachkaufphase .....	52
<b>6. Empirische Untersuchung von Price Confusion .....</b>	<b>54</b>
6.1. Hypothesenformulierung .....	54
6.2. Wahl des Untersuchungsinstrumentes und Vorgehensweise .....	55
6.3. Operationalisierung der Variablen .....	57
6.3.1. Unabhängige Variablen .....	57
6.3.1.1. Preisinformationsmenge.....	57
6.3.1.2. Preisarithmetik .....	58
6.3.1.3. Preisaktionen .....	59
6.3.2. Abhängige Variable Price Confusion .....	60
6.4. Durchführung der Untersuchung .....	64
6.4.1. Aufbau des Fragebogens .....	64
6.4.2. Pre-Test .....	66
6.4.3. Datenerhebung .....	66
6.5. Auswertung der Ergebnisse .....	67
6.5.1. Stichprobe .....	67
6.5.2. Konstruktmessung .....	69
6.5.3. Hypothesenprüfung .....	71
<b>7. Schlussbetrachtung .....</b>	<b>74</b>
7.1. Zusammenfassung der Ergebnisse .....	74
7.2. Forschungsausblick .....	76
<b>Anhang: Bestandteile des Fragebogens .....</b>	<b>78</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>91</b>