

Ruth Stock

Der Zusammenhang zwischen Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit

Direkte, indirekte und
moderierende Effekte

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XIV
1. Einleitung.....	1
1.1 Relevanz und Zielsetzungen der Untersuchung.....	1
1.2 Gang der Untersuchung.....	7
2. Grundlagen der Untersuchung.....	9
2.1 Bestandsaufnahme.....	9
2.1.1 Ausgewählte Literatur zur Mitarbeiterzufriedenheit.....	11
2.1.2 Ausgewählte Literatur zur Kundenzufriedenheit.....	20
2.1.3 Literatur zum Zusammenhang zwischen Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit.....	31
2.2 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung.....	45
2.2.1 Verhaltenswissenschaftliche Ansätze.....	47
2.2.1.1 Überblick der verhaltenswissenschaftlichen Ansätze.....	47
2.2.1.2 Die Equitytheorie.....	51
2.2.1.3 Die Dissonanztheorie.....	54
2.2.1.4 Die Balancetheorie.....	57
2.2.2 Die Informationsökonomie.....	61
3. Entwicklung des Untersuchungsmodells.....	70
3.1 Das Untersuchungsmodell im Überblick.....	70
3.2 Hypothesen zu den Haupteffekten.....	75
3.3 Hypothesen zu den moderierenden Effekten.....	80
3.3.1 Merkmale der Mitarbeiter.....	80
3.3.1.1 Empathie.....	82
3.3.1.2 Leistungskompetenz.....	83
3.3.1.3 Zuverlässigkeit.....	85
3.3.2 Merkmale der Kunden.....	86
3.3.2.1 Vertrauen.....	87
3.3.2.2 Preissensitivität.....	88
3.3.2.3 Leistungsbedeutung.....	89
3.3.3 Merkmale der Interaktion.....	90
3.3.3.1 Häufigkeit der Interaktion.....	91
3.3.3.2 Alter der Geschäftsbeziehung.....	92
3.3.4 Merkmale der Leistung.....	93
3.3.4.1 Integrationsintensität.....	94
3.3.4.2 Innovativität.....	95
3.3.4.3 Komplexität.....	97

4. Empirische Untersuchung.....	99
4.1 Grundlagen der empirischen Untersuchung.....	99
4.1.1 Datenerhebung und Datengrundlage.....	99
4.1.2 Gütebeurteilung der Konstruktmessung.....	108
4.1.2.1 Die grundlegenden Aspekte.....	108
4.1.2.2 Gütekriterien der ersten Generation.....	111
4.1.2.3 Gütekriterien der zweiten Generation.....	115
4.1.3 Methodik der Dependenzanalyse.....	122
4.1.3.1 Die Kausalanalyse.....	123
4.1.3.2 Methode zur Untersuchung von moderierenden Effekten.....	126
4.2 Untersuchung der Haupteffekte.....	128
4.2.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	128
4.2.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	135
4.3 Untersuchung der moderierenden Effekte.....	140
4.3.1 Merkmale der Mitarbeiter.....	140
4.3.1.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	140
4.3.1.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	144
4.3.2 Merkmale der Kunden.....	147
4.3.2.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	147
4.3.2.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	151
4.3.3 Merkmale der Interaktion.....	154
4.3.3.1 Darstellung der Konstrukte.....	154
4.3.3.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	154
4.3.4 Merkmale der Leistung.....	156
4.3.4.1 Darstellung und Operationalisierung der Konstrukte.....	156
4.3.4.2 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	160
5. Zusammenfassende Bewertung der Arbeit.....	164
5.1 Wissenschaftliche Bewertung.....	165
5.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis.....	168
Literaturverzeichnis.....	171