

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
1. Einleitung.....	1
1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Gang der Untersuchung	6
2. Grundlagen der Untersuchung.....	9
2.1 Bestandsaufnahme der Literatur	9
2.2 Theoretische Bezugspunkte der Untersuchung.....	38
2.3 Kausalität des Zusammenhangs von Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit	48
3. Entwicklung des Untersuchungsmodells	53
3.1 Das Untersuchungsmodell im Überblick.....	53
3.2 Hypothesen zu den Haupteffekten.....	58
3.3 Hypothesen zu den moderierenden Effekten	62
3.4 Zusammenfassung.....	64
4. Studie 1: Experimentelle Untersuchung	67
4.1 Grundlagen experimenteller Untersuchungen	67
4.2 Gütekriterien	68
4.3 Konzeption von Experimenten	69
4.4 Konzeption und Durchführung der experimentellen Untersuchung.....	77
4.5 Bewertung der experimentellen Untersuchung.....	89
5. Studie 2: Dyadische Feldstudie	91
5.1 Konzeption und Durchführung der Feldstudie	91
5.2 Methodik der Kovarianzstrukturanalyse.....	95
5.3 Gütekriterien und Konstruktmessung	103
5.4 Untersuchung der Haupteffekte	115
5.5. Untersuchung moderierender Effekte	126

6. Zusammenfassende Bewertung der Arbeit.....	137
6.1 Wissenschaftliche Bewertung	139
6.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis	142
Literaturverzeichnis	145