

Marie-Therese Laschinger

Emotionen und Motive beim Kauf von gefälschten Luxusmarkenhandtaschen

Forschungsarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668451353

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/365429>

Marie-Therese Laschinger

Emotionen und Motive beim Kauf von gefälschten Luxusmarkenhandtaschen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Fachhochschule für angewandtes Management
Fachbereich Wirtschaftspsychologie
Wintersemester 2016/2017

Studienarbeit

Explorative Studie über Emotionen und Motive beim Kauf von gefälschten
Luxusmarkenhandtaschen

vorgelegt von

Marie-Therese Laschinger

3. Semester

Inhaltsverzeichnis



Agenda:

Titelseite	Folie 1
1. Einleitung und Literatursichtung	Folie 3
1.1 Ausgangsproblematik.....	Folie 4
1.2. Forschungsfragen & Hypothesenentwicklung.....	Folie 5
1.3. Überblick der bisherigen Forschung.....	Folie 6
2. Methoden	Folie 7
2.1 Stichprobe und verwendete Variablen.....	Folie 8
2.2 Untersuchungsdesign.....	Folie 9
3. Ergebnisse	Folie 10
3.1 Überprüfung der 1. Hypothese anhand explorativer Faktorenanalyse.....	Folie 11
3.2 Überprüfung der 2. Hypothese anhand ANOVA.....	Folie 12
3.3 Ergebnisse 3. Hypothese anhand Moderatoranalyse per multipler Regression...	Folie 13
4. Diskussion	Folie 14
4.1 Zusammenfassung und Erläuterung der Ergebnisse.....	Folie 15
4.2 Stärken und Schwächen der Untersuchung.....	Folie 16
4.3 Implikationen.....	Folie 17
5. Literatur	Folie 18

2

Abkürzungsverzeichnis	IV
------------------------------------	----

Tabellenverzeichnis	V
----------------------------------	---

1. Einleitung und Literatursichtung	1
1.1 Ausgangsproblematik	1
1.2 Forschungsfragen und Hypothesenentwicklung	2
1.3 Überblick der bisherigen Forschung	4
2. Methoden	5
2.1 Stichprobe und verwendete Variablen	6
2.2 Untersuchungsdesign	9
3. Ergebnisse	12
3.1 Überprüfung der 1. Hypothese anhand explorativer Faktorenanalyse.....	12
3.2 Überprüfung der 2. Hypothese anhand ANOVA.....	14
3.3 Überprüfung der 3. Hypothese anhand Moderatoranalyse per multipler Regression.....	16
4. Diskussion	18
4.1 Zusammenfassung und Erläuterung der Ergebnisse	19

4.2 Stärken und Schwächen der Untersuchung.....	21
4.3 Implikationen	23
4.3.1 Implikationen für die Praxis.....	23
4.3.2 Implikationen für die Forschung.....	24
5. Anhang.....	25
Anhang I: Online-Fragebogen	25
Anhang II: Item Herkunft.....	30
Anhang III: Interviewleidfaden.....	34
Anhang IV: Transkription der geführten Interviews	35
Transkription Interview 1	35
Transkription Interview 2	36
Transkription Interview 3	37
Transkription Interview 4	38
Transkription Interview 5	40
Transkription Interview 6	42
Transkription Interview 7	44
Transkription Interview 8	45
Transkription Interview 9	47
Transkription Interview 10	48
Anhang V: Auswertung Interview.....	51
Anhang VII: Output einfaktorielle ANOVA	58
Anhang IX: Output multiple Moderatoranalyse per multipler Regression.....	60
Anhang X: Cronbachs Alpha der Fragebogen-Items.....	62
6. Literaturverzeichnis	64

Abkürzungsverzeichnis

ANOVA	ANalysis Of VAariance
EU	Europäische Union
M	Mittelwert
N	Grundgesamtheit (relevante Studienteilnehmerinnen in diesem Fall)
n	Stichprobe
SD	Standard Deviation
SOR	Stimulus-Organism-Response
VIF	Variance Inflation Factor
ZXM	Interaktionsvariable