Contents

1. Introduction 1

2. The effect of consumer online price search on pricing behavior of firms . 8

2.1. Introduction 9

2.2. Contributions to the Literature 13

2.3. Conceptual Framework and Hypotheses 17

2.4. Data 20

2.4.1. Data Collection 20

2.4.2. Measuring Price Dispersion 25

2.5. Model 26

2.6. Empirical Results 28

2.7. Discussion and implications 32

2.8. Conclusion 34

2.9. Appendix 36

3. How fast do retail gasoline prices react to oil price changes? An analysis across different brands 37

3.1. Introduction 38

3.2. Literature Review 41

3.3. Conceptual Framework and Hypotheses 45

3.4. Data 46

3.5. Methodology 49

3.6. Empirical Results 53

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

3.7. Discussion and Implications 62
3.8. Conclusion 65
3.9. Appendix 66
4. How do consumers react to gasoline price changes in the German automobile market? 72
4.1. Introduction 73
4.2. Contributions to the Literature 76
4.3. Conceptual Framework and Hypotheses 80
4.4. Data 84
4.5. Model 87
4.6. Empirical Results 89
4.7. Robustness Checks 94
4.8. Implications and Conclusion 98
4.9. Appendix 101
5. Conclusion 103
6. References 108

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.