

kẹo Kesses được miễn phí). Logic tương tự được áp dụng. Hương vị của kẹo sô-cô-la không thay đổi, như vậy người tiêu dùng thông thái sẽ ước tính được mức độ hài lòng là 50 và 5 đơn vị hài lòng lần lượt cho hai loại kẹo. Cái thay đổi đó là sự không hài lòng. Trong trường hợp này, người tiêu dùng lý trí sẽ có mức độ không hài lòng thấp hơn đối với cả hai loại kẹo vì giá của chúng đều được giảm đi 1 xu (đồng nghĩa là giảm đi 1 đơn vị không hài lòng). Đây là điểm cốt lõi: bởi vì cả hai sản phẩm đều được giảm đi cùng một mức giá nên sự khác biệt tương quan của chúng sẽ không thay đổi. Tổng mức độ hài lòng mong đợi của kẹo Lindt bây giờ là 36 đơn vị (50-14), và tổng mức độ hài lòng đối với kẹo Kesses bây giờ sẽ là 5 đơn vị (5-0). Kẹo Lindt hơn 31 điểm, như vậy nó vẫn là sự lựa chọn dễ dàng. Kẹo Lindt một lần nữa giành chiến thắng.

Việc kết quả của các thí nghiệm rất khác nhau nói với chúng ta rằng còn có một điều gì đó đang diễn ra và cái giá 0 đóng vai trò duy nhất trong quyết định của chúng ta.