

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้าของศูนย์การค้า

วิศตอเรียการ์เด็นท์เพชรเกษม69

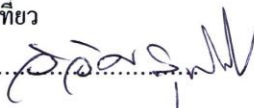
กรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวพัชร วงษา

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก:การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา.....


(.....)

..... 17 / 10 / 2559

วัตถุประสงค์ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้เพื่อ(1.)เพื่อศึกษาคุณภาพของการบริการ(2.)เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ตราสินค้า(3.)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจในตราสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคำนวณด้วยสูตร Taro Yamane กำหนดความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างในศูนย์การค้าวิศตอเรียการ์เด็นท์เพชรเกษม 69 พื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน – 30 พฤศจิกายน 2559 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1.) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์การค้าวิศตอเรียการ์เด็นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจและมีเงินเดือนที่ 50,001 บาทขึ้นไป(2.)ความคิดเห็นด้านคุณภาพการบริการโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับเห็นด้วยกับคุณภาพการบริการ ลูกค้าเห็นด้วยและพึงพอใจกับคุณภาพการบริการของศูนย์การค้าโดยรวมอยู่ในระดับสูงและค่อนข้างเห็นด้วยกับองค์ประกอบในคุณภาพการบริการของศูนย์การค้าที่ต้องอาศัยปัจจัยหลักคือความเชื่อมั่น ความสามารถในการตอบสนองความแน่นอนและลักษณะที่สัมผัสได้ พบระดับความเห็นด้วยกับการมีคุณภาพบริการที่ดี และมีค่าเฉลี่ยร้อยละด้านลักษณะที่สัมผัสได้สูงที่สุด($X = 4.162, S.D. = 0.797$)จากปัจจัยรวมสองด้านคือ ศูนย์การค้ามีความน่าเชื่อถือและศูนย์การค้ามีการบริการที่ดีเยี่ยม(3.)ความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับเห็นด้วยกับภาพลักษณ์ตราสินค้า ลูกค้าให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านความมีเอกลักษณ์ในระดับที่สูง และเห็นด้วยกับภาพลักษณ์เชิงบวกของสถานที่ จากการตอบแบบสอบถามที่ระบุถึงภาพลักษณ์ตรา

สินค้าด้านความมีเอกลักษณ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงถึง($X=4.425, S.D.=0.692$)ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสี่ด้านที่สะท้อนถึงความมีเอกลักษณ์คือศูนย์การค้ามีเสน่ห์ที่น่าหลงใหล ศูนย์การค้ามีการตกแต่งสถานที่อย่างมีสไตล์ ศูนย์การค้าแห่งนี้เดินทางสะดวกสบายและศูนย์การค้าแห่งนี้มีบริการร้านอาหารชั้นนำ(4.)ความคิดเห็นด้านการไว้วางใจในตราสินค้าโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับเห็นด้วยกับความไว้วางใจในตราสินค้า ถูกค่าให้ความสำคัญกับความไว้วางใจในตราสินค้าและให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของบริษัทในระดับสูงสุด($X=4.11, S.D.=0.854$)ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลักที่ถูกค่าเห็นด้วยกับความไว้วางใจสามปัจจัยคือ ศูนย์การค้าแห่งนี้เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง ศูนย์การค้าแห่งนี้มีการรักษาความปลอดภัยที่ดีเยี่ยมและศูนย์การค้าแห่งนี้มีพนักงานที่มีความสามารถ

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ภาพลักษณ์ตราสินค้า,ความไว้วางใจในตราสินค้า

ABSTRACT

Topic :Quality of Service Affecting the Brand Image and Brand Loyalty at Victoria Gardens Shopping Centre Phetkasem 69,Bangkok

By : MissPatchareeWongsa

Degree : Master of Business Administration

Major Field : Hotel and Tourism Management

Advisor : Dr.

Nijit Supinil
Dec 17, 2559

The objective of this study(1) To study the quality of service(2) the quality of service that contributes to the brand image (3)to study the relationship of service quality and the brand image to brand Loyalty.ofThe customers are shopping at Victoria Gardens Phetkasem 69 The researcher has issued a questionnaire to collect information, calculated with the formula prescribed tolerances Taro Yamane 0.05 confidence level of 95%.Sample of this research ware used of customer at Victoria garaden at Phtkasem69 400 users,tool of the research was questionnaire with 5 levels of Likert. The statistics used for data analysis were percentage, mean and standard deviation

The research findings were;

(1.)study found that the majority of respondents were female, aged between 30-39 years . undergraduate education. Most have a career as a business owner and salaries 50,001 baht or more (2.)The quality of service is important in the overall with the quality of service, Customers agree and are satisfied with the service quality of the shopping center. Meet the agreed level of service quality at a high level. Customers agree to the elements of the service quality of the shopping center relies on four main factors is confidence. The ability and experience Meet the agreed quality, good service. The average percentage of the the highest ($X = 4.162$, $S.D. = 0.797$). from The second factor is the Shopping centers are reliable with excellent service. (3.)The brand image is important in the overall with the quality of service, Customers with a focus on brand image in a high levels. And agree with the positive image of the place from respondents indicating its brand image with an average elevation of ($X = 4.425$, $S.D. = 0.692$), which consists of four elements the Shopping center is attractive. The shopping center is decorated with style. the

shopping center is convenient and offers a top restaurants(4.)The brand Loyalty is important in the overall with the quality of service, Customers to focus on their trust in the brand and focus on the reliability of the company at the highest level. Customers to focus on their trust in the brand and focus on the reliability of the company at the highest level ($X = 4.11$, $S.D. = 0.854$). Consisting of customers with the trust factor . This shopping center is a place famous. shopping center has a Security Center also offers excellent shopping and a staff that has the ability

Keyword : Service Quality,BrandImage,Brand Loyalty

