

บทคัดย่อ

เรื่อง : คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา โรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : ธันวราพร เสนีสือริยะ

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร คำโสม

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, ความภักดี, ธุรกิจโรงแรม

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อเปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดอุบลราชธานีตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 302 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของโรงแรมฟาร์มแลนด์รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลูกค้ามีความภักดีต่อโรงแรมฟาร์มแลนด์รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานีระดับมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าผู้เข้าพักโรงแรมฟาร์มแลนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกันโดยปัจจัยด้านอาชีพและด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้ความภักดีของลูกค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) คุณภาพการบริการด้านการเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ABSTRACT

TITLE : SERVICE QUALITY THAT AFFECT CUSTOMER LOYALTY: A CASE STUDY OF FARMLAND RESORT AND SPA HOTEL IN UBON RATCHATANI PROVINCE

AUTHOR : THANWARAPORN SENSEEARIYA

DEGREE : MASTER BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : ASST. PROF. BUSSAKORN KHUMHOME, Ph.D.

KEYWORDS : SERVICE QUALITY, LOYALTY, HOTEL BUSINESS

This study aims to: (1) examine the level of service quality and customer loyalty among guests of Farmland Resort & Spa, Ubon Ratchathani Province, (2) compare customer loyalty based on personal factors among guests of Farmland Resort & Spa, Ubon Ratchathani Province; and (3) investigate the influence of service quality on customer loyalty among guests of Farmland Resort & Spa, Ubon Ratchathani Province. The sample consisted of 302 customers who had used the services of Farmland Resort & Spa at least once. The research instrument was a questionnaire. The statistical methods employed in this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results revealed that: (1) Customers perceived the service quality across all five dimensions at Farmland Resort & Spa, Ubon Ratchathani Province, was rated at the highest level, and the overall customer loyalty to the resort was also at the highest level, with statistical significance at the 0.05 level; (2) Differences in personal factors among customers influenced their loyalty to the resort. Specifically, variation in occupation and education level were found to significantly affect customer loyalty at the 0.05 level. and (3) Service quality dimensions such as customer understanding, assurance, and tangibility had a statistically significant influence on customer loyalty at the 0.01 level.