

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิตติธรรมวิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคลคุณภาพการบริการ และความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ จากกลุ่มตัวอย่าง 265 คน ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 265 คน โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่และร้อยละในการอธิบายผลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	142	53.60
หญิง	120	45.30
เพศทางเลือก	3	1.10
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 และเพศทางเลือก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	14	5.30
ระหว่าง 21-25 ปี	26	9.80
ระหว่าง 26-30 ปี	47	17.70
ระหว่าง 31-35 ปี	17	6.40
ระหว่าง 36-40 ปี	26	9.80
ระหว่าง 41-45 ปี	23	8.70
ระหว่าง 46-50 ปี	22	8.30
ระหว่าง 51-55 ปี	13	4.90
ระหว่าง 56-60 ปี	57	21.50
60 ปีขึ้นไป	20	7.50
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 56-60 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมา คือ อายุ 26-30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 อายุ 21-25 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อายุ 36-40 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อายุ 41-45 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 อายุ 46-50 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 อายุ 31-35 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 อายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และอายุ 51-55 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	21.50
ปริญญาตรี	154	58.10
ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	54	20.40
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 58.10 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	9	3.40
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	84	31.70
นิสิต/นักศึกษา	26	9.80
พนักงานบริษัทเอกชน	59	22.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	74	27.90
อื่น ๆ	13	4.90
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมา มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 นิสิต/นักศึกษาจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และอาชีพเกษตรกรจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	37	14.00
10,000-15,000 บาท	18	6.80
15,001-20,000 บาท	42	15.80
20,001-25,000 บาท	19	7.20
25,001-30,000 บาท	27	10.20
30,001-35,000 บาท	19	7.20
35,001-40,000 บาท	18	6.80
40,001-45,000 บาท	9	3.40

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
45,001-50,000 บาท	10	3.80
50,001 บาทขึ้นไป	66	24.90
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมาได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 รายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 รายได้ 30,001-35,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 รายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 รายได้ 35,001-40,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 รายได้ 45,001-50,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และรายได้ 40,001-45,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40

4.1.2 คุณภาพการบริการ

การประมวลผลข้อมูลระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการของโรงแรมกิจตรง วิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 265 คน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการโดยรวม

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	4.35	0.65	มาก
ความน่าเชื่อถือ	4.49	0.64	มาก
การตอบสนอง	4.49	0.63	มาก
การให้ความมั่นใจ	4.31	0.74	มาก
ความเอาใจใส่	4.35	0.74	มาก
รวม	4.40	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.61$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.64$) การตอบสนอง ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.63$) สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.65$) ความเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.74$) และการให้ความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม

สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานแต่งกายในเครื่องแบบเดียวกัน และสะอาดเรียบร้อย	4.33	0.82	มาก
2. มีบรรยากาศที่ร่มรื่น สวนหย่อม มุมนั่งเล่น และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน	4.39	0.73	มาก
3. มีที่จอดรถกว้างขวางสามารถเข้าจอดรถได้อย่างสะดวกสบาย	4.65	0.67	มากที่สุด
4. มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่สะอาด ครบถ้วน และจัดวางอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.20	0.81	มาก
5. อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักรมีความแข็งแรงพร้อมใช้งานทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ	4.16	0.87	มาก
รวม	4.35	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.65$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีที่จอดรถกว้างขวางสามารถเข้าจอดได้อย่างสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.67$) มีบรรยากาศที่ร่มรื่น สวนหย่อม มุมนั่งเล่น และสิ่งแวดล้อม

ที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.73$) พนักงานแต่งกายในเครื่องแบบเดียวกัน และสะอาดเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.33$, $SD = 0.82$) มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่สะอาด ครัวอุ่นและจัดวางอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.81$) และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความแข็งแรงพร้อมใช้งานทุกครั้งที่เข้าใช้บริการ ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. มีการแสดงใบประกอบกิจการโรงแรม และใบรับรองมาตรฐานโรงแรมเปิดเผย ให้ลูกค้าทราบที่เคาเตอร์	4.49	0.74	มาก
2. ห้องพักที่ใช้บริการตรงกับภาพที่ใช้ในการ โฆษณาของโรงแรม	4.37	0.76	มาก
3. ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของ ลูกค้า หากไม่ได้รับการอนุญาตจากลูกค้า	4.57	0.69	มากที่สุด
4. มีการออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมัด จำค่าที่พัก หรือชำระเงินคืนที่	4.51	0.72	มากที่สุด
รวม	4.49	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.64$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า หากไม่ได้รับการอนุญาตจากลูกค้า ($\bar{X} = 4.57$, $SD = 0.69$) มีการออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมัดจำค่าที่พัก หรือชำระเงินคืนที่ ($\bar{X} = 4.51$, $SD = 0.72$) มีการแสดงใบประกอบกิจการโรงแรม และใบรับรองมาตรฐานโรงแรมเปิดเผยให้ลูกค้าทราบที่เคาเตอร์ ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.74$) และห้องพักที่ใช้บริการตรงกับภาพที่ใช้ในการโฆษณาของโรงแรม ($\bar{X} = 4.37$, $SD = 0.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง

การตอบสนอง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. สามารถจัดห้องพักได้ตามจำนวน และ ประเภทห้องตามความต้องการที่ตกลง กับลูกค้า	4.55	0.70	มากที่สุด
2. พนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร แนะนำ และเสนอบริการได้อย่างชัดเจน	4.42	0.76	มาก
3. พนักงานได้แจ้งให้ลูกค้าทราบอย่าง ชัดเจนในการเข้ารับบริการต่าง ๆ เช่น เวลาในการให้บริการอาหารเช้า เวลาใน การ check in และ check out เป็นต้น	4.48	0.74	มาก
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบ คำถามและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี	4.43	0.76	มาก
5. มีพนักงานประจำที่เคาเตอร์เพื่อ ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.58	0.66	มากที่สุด
รวม	4.49	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.63$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีพนักงานประจำที่เคาเตอร์เพื่อให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.58$, $SD = 0.66$) สามารถจัดห้องพักได้ตามจำนวน และประเภทห้องตามความต้องการที่ตกลงกับลูกค้า ($\bar{X} = 4.55$, $SD = 0.70$) พนักงานได้แจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนในการเข้ารับบริการต่าง ๆ เช่น เวลาในการให้บริการอาหารเช้า เวลาในการ check in และ check out เป็นต้น ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.74$) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.76$) และพนักงานมีความสามารถในการสื่อสาร แนะนำ และเสนอบริการได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความ
มั่นใจ

การให้ความมั่นใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. เพจ Facebook โรงแรม มีการนำเสนอ ข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าให้ ลูกค้าทราบอยู่เสมอ	4.22	0.84	มาก
2. ขั้นตอนการกรอกข้อมูล Check in (เปิด ห้องพัก) และ Check out (คืนห้องพัก) มีความสะดวกรวดเร็ว	4.40	0.77	มาก
3. มีพนักงานบริการยกกระเป๋า เปิดห้องพัก แนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า	4.28	0.84	มาก
4. มีระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจร ปิด และถังดับเพลิง บริเวณทางเดินหน้า ห้องพักที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ	4.35	0.79	มาก
รวม	4.31	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการด้านการให้ความ
มั่นใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.74$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ขั้นตอนการกรอกข้อมูล Check in (เปิดห้องพัก) และ Check out
(คืนห้องพัก) มีความสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.77$) มีระบบรักษาความปลอดภัย กล้องวงจร
ปิด และถังดับเพลิง บริเวณทางเดินหน้าห้องพักที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.79$)
มีพนักงานบริการยกกระเป๋า เปิดห้องพัก แนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.84$)
และเพจ Facebook โรงแรม มีการนำเสนอข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าให้ลูกค้าทราบอยู่
เสมอ ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่

ความเอาใจใส่	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. พนักงานโรงแรมให้ความเอาใจใส่ลูกค้า ทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน	4.42	0.74	มาก
2. พนักงานสามารถจดจำชื่อ และข้อมูล สำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	4.15	0.87	มาก
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และกล่าวทักทายด้วยความเป็น มิตร	4.40	0.80	มาก
4. พนักงานให้บริการตามความต้องการ เฉพาะของลูกค้าได้ เช่น รับฝากของ บริการโทรปลุก ออกใบเสร็จสำหรับ เบิกจ่ายข้าราชการ เรียงรถรับส่ง เป็นต้น	4.42	0.78	มาก
รวม	4.35	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.74$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ พนักงานโรงแรมให้ความเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.74$) พนักงานให้บริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้ เช่น รับฝากของ บริการโทรปลุก ออกใบเสร็จสำหรับเบิกจ่ายข้าราชการ เรียงรถรับส่ง เป็นต้น ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.78$) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และกล่าวทักทายด้วยความเป็นมิตร ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.80$) และ พนักงานสามารถจดจำชื่อ และข้อมูลสำคัญของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.15$, $SD = 0.87$) ตามลำดับ

4.1.3 ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

การประมวลผลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมกิ๊ตตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 265 คน โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ โดยรวม

ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความตั้งใจซื้อ	4.29	0.75	มาก
ความไม่อ่อนไหวต่อราคา	4.35	0.74	มาก
การบอกต่อ	4.31	0.74	มาก
พฤติกรรมการร้องเรียน	4.43	0.72	มาก
รวม	4.35	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.67$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ พฤติกรรมการร้องเรียน ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.72$) ความไม่อ่อนไหวต่อราคา ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.74$) การบอกต่อ ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.74$) และความตั้งใจซื้อ ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ถ้าต้องเดินทางมาจังหวัดอุบลราชธานี จะมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรก	4.29	0.82	มาก
2. หากท่านต้องการโรงแรมที่มีบรรยากาศดี พนักงานเป็นมิตร และให้ความช่วยเหลือ อย่างดีจะนึกถึงที่นี่เป็นอันดับแรก	4.35	0.76	มาก
3. ท่านยินดีจะเดินทางมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ แม้ว่าท่านต้องใช้เวลาในการเดินทางที่มากขึ้น หรือโรงแรมอยู่ไกลจากสถานที่ทำธุระของท่าน	4.23	0.83	มาก
รวม	4.29	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.75$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ หากท่านต้องการโรงแรมที่มีบรรยากาศดี พนักงานเป็นมิตร และให้ความช่วยเหลืออย่างดีจะนึกถึงที่นี่เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.76$) ถ้าต้องเดินทางมาจังหวัดอุบลราชธานี จะมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.82$) และท่านยินดีจะเดินทางมาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ แม้ว่าท่านต้องใช้เวลาในการเดินทางที่มากขึ้น หรือโรงแรมอยู่ไกลจากสถานที่ทำธุระของท่าน ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านความไม่อ่อนไหวต่อราคา

ความไม่อ่อนไหวต่อราคา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านรู้สึกว่าการบริการมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย (ช่วงราคา 400-1,000 บาท/ห้อง)	4.49	0.75	มาก
2. ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้จะมีการปรับราคาห้องพักเพิ่มขึ้นเล็กน้อย	4.27	0.82	มาก
3. ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้ที่พักอื่นจะมีราคาห้องพักใกล้เคียงกับที่นี่	4.31	0.82	มาก
รวม	4.35	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านความไม่อ่อนไหวต่อราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.74$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านรู้สึกว่าการบริการมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย (ช่วงราคา 400-1,000 บาท/ห้อง) ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.75$) ท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้ที่พักอื่นจะมีราคาห้องพักใกล้เคียงกับที่นี่ ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.82$) และท่านจะเลือกใช้บริการที่นี่ แม้จะมีการปรับราคาห้องพักเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.82$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านการบอกต่อ

การบอกต่อ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านจะแนะนำครอบครัว และคนรู้จักให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้	4.42	0.76	มาก
2. ท่านจะแชร์ข่าวสาร กิจกรรม หรือโฆษณา ของโรงแรมแห่งนี้ทางช่องทางออนไลน์ของท่าน เช่น ทางเพจ facebook ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ เป็นต้น	4.27	0.83	มาก
3. ท่านจะถ่ายภาพ เช็คอิน หรือเขียนรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ	4.25	0.83	มาก
รวม	4.31	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านการบอกต่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.74$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ท่านจะแนะนำครอบครัว และคนรู้จักให้มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.76$) ท่านจะแชร์ข่าวสาร กิจกรรม หรือโฆษณา ของโรงแรมแห่งนี้ทางช่องทางออนไลน์ของท่าน เช่น ทางเพจ facebook ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.83$) และท่านจะถ่ายภาพ เช็คอิน หรือเขียนรีวิวผ่านช่องทางออนไลน์ให้เพื่อน ๆ และคนรู้จักทราบ ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.83$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน

พฤติกรรมการร้องเรียน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านยินดีแจ้งให้โรงแรมทราบทันที เมื่อเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการเพื่อเป็นข้อมูลให้โรงแรมได้ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น	4.42	0.78	มาก
2. ท่านสามารถให้อภัยในความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการให้บริการของโรงแรมได้	4.43	0.80	มาก
3. ท่านยินดีจะช่วยเหลือต่างให้โรงแรมแห่งนี้ หากเกิดการโจมตีด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จจากบุคคลอื่น	4.43	0.77	มาก
รวม	4.43	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นความภักดีของลูกค้าด้านพฤติกรรมการร้องเรียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.72$) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ท่านสามารถให้อภัยในความผิดพลาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการให้บริการของโรงแรมได้ ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.80$) ท่านยินดีจะช่วยเหลือต่างให้โรงแรมแห่งนี้ หากเกิดการโจมตีด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จจากบุคคลอื่น ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.80$) และท่านยินดีแจ้งให้โรงแรมทราบทันที เมื่อเกิดความไม่พอใจต่อการให้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลให้โรงแรมได้ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.78$) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน จำแนกเป็นสมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

เพศ	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.47	2	0.74	1.65	0.20
ภายในกลุ่ม	116.82	262	0.45		
รวม	118.29	264			

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามเพศ มีค่า F เท่ากับ 1.65 และค่า Sig เท่ากับ 0.20 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 1.65$, $Sig = 0.20 > 0.05$) แสดงว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

อายุ	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.39	9	0.49	1.09	0.37
ภายในกลุ่ม	113.90	255	0.45		
รวม	118.29	264			

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามอายุ มีค่า F เท่ากับ 1.09 และค่า Sig เท่ากับ 0.37 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 1.09$, $Sig = 0.37 > 0.05$) แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.12	2	1.06	2.39	0.09
ภายในกลุ่ม	116.17	262	0.44		
รวม	118.29	264			

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า F เท่ากับ 2.39 และค่า Sig เท่ากับ 0.09 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 1.78$, $Sig = 0.09 > 0.05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

อาชีพ	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.62	5	0.72	1.63	0.15
ภายในกลุ่ม	114.68	259	0.44		
รวม	118.29	264			

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามอาชีพ มีค่า F เท่ากับ 1.63 และค่า Sig เท่ากับ 0.15 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 1.63$, $Sig = 0.15 > 0.05$) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

รายได้ต่อเดือน	SS	df	MS	F-test	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7.12	9	0.79	1.81	0.07
ภายในกลุ่ม	111.17	255	0.44		
รวม	118.29	264			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีค่า F เท่ากับ 1.81 และค่า Sig เท่ากับ 0.07 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 1.81$, $Sig = 0.07 > 0.05$) แสดงว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ไม่แตกต่างกัน

4.2.2 สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม:
กรณีศึกษา โรงแรมกิตติธรรมวิลล์ รีสอร์ท อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้า
โรงแรมฯ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ	สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	ความน่าเชื่อถือ	การตอบสนอง	การให้ความมั่นใจ	ความเอาใจใส่
ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ	4.35	1	0.66**	0.70**	0.68**	0.71**	0.66**
สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม	4.35		1	0.78**	0.77**	0.77**	0.70**
ความน่าเชื่อถือ	4.49			1	0.86**	0.79**	0.72**
การตอบสนอง	4.49				1	0.83**	0.80**
การให้ความมั่นใจ	4.31					1	0.78**
ความเอาใจใส่	4.35						1

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันมีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อกัน และหากมีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงสมบูรณ์ทางบวก แต่ไม่ได้หมายความว่าตัวแปรทั้งสองตัวเป็นตัวแปรเดียวกัน (ปาริชาติ ภัทรพานิชชัย, 2559) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกค่าไม่เท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อกัน สรุปได้ดังนี้ คุณภาพการบริการทุกด้านประกอบไปด้วย สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม ($r = 0.66$) ความน่าเชื่อถือ ($r = 0.70$) การตอบสนอง ($r = 0.68$) และความเอาใจใส่ ($r = 0.66$) มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ในระดับปานกลาง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การให้ความมั่นใจ ($r = 0.71$) มีความสัมพันธ์ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ในระดับสูง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ซึ่งการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้นเท่านั้น ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงต่อกัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4.2.3 สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมกิจตรงวิลล์ รีสอร์ท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

คุณภาพการบริการ	B	SE b	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	0.82	0.21			0.00*		
สิ่งที่สามารถจับต้องได้ หรือเป็นรูปธรรม	0.12	0.07	0.12	1.64	0.10	0.32	3.13
ความน่าเชื่อถือ	0.27	0.09	0.26	3.04	0.00*	0.22	4.48
การตอบสนอง	0.00	0.10	0.00	0.01	1.00	0.17	5.74
การให้ความมั่นใจ	0.24	0.08	0.26	3.19	0.00*	0.24	4.09
ความเอาใจใส่	0.17	0.07	0.19	2.63	0.01*	0.32	3.18
$R^2 = 0.57$, Adj $R^2 = 0.56$; $F = 69.38$, Sig = 0.00*							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (Multicollinearity) ด้วยการตรวจค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.15 และค่า Variance inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เข้าใกล้เกิน 10.0 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรต้นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.17-0.32 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.15 และค่า Variance inflation Factor (VIF) ของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 3.13-5.74 ซึ่งมีค่าไม่เข้าใกล้ 10.0 แสดงว่า ตัวแปรที่ใช้การศึกษาเป็นอิสระต่อกันและมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่สูงเกินไปจนเกิดปัญหา Multicollinearity เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด จึงยอมรับตัวแปรอิสระเหล่านี้

ส่วนผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 69.38 และค่า Sig เท่ากับ 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูลมีความแปรปรวนเท่ากัน โดยค่าความแปรปรวนของความภักดีจะพิจารณาได้จากค่า Adjusted R^2 แสดงว่า อิทธิพลของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ มีค่าเท่ากับร้อยละ 56 หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปพยากรณ์ต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ ได้ร้อยละ 56 ส่วนอีกร้อยละ 44 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ คือ ความน่าเชื่อถือมีค่า $Beta = 0.26$ ($Sig = 0.00 < 0.05$) การให้ความมั่นใจ $Beta = 0.26$ ($Sig = 0.00 < 0.05$) และความเอาใจใส่ $Beta = 0.19$ ($Sig = 0.01 < 0.05$) หมายความว่า คุณภาพการบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ

อย่างไรก็ตาม มีคุณภาพการบริการที่ไม่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ คือ สิ่งที่สามารถจับต้องได้หรือเป็นรูปธรรม โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.10 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($Sig = 0.10 > 0.05$) และการตอบสนองโดยมีค่า Sig เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($Sig = 1.00 > 0.05$)

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.27 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้ความมั่นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดการตัดสินใจเพิ่มขึ้น 0.27 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.24 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้ความมั่นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดการตัดสินใจเพิ่มขึ้น 0.24 หน่วย

การพิจารณาหาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า อิทธิพลของคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.17 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้ความมั่นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดการตัดสินใจเพิ่มขึ้น 0.17 หน่วย

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถเขียนสมการทำนายในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ:

ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ = $0.82^{**} + 0.27^{**}\text{ความน่าเชื่อถือ} + 0.24^{**}\text{การให้ความมั่นใจ} + 0.17^{**}\text{การให้ความเอาใจใส่}$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน:

ความภักดีของลูกค้าโรงแรมฯ = $0.26^{**}\text{ความน่าเชื่อถือ} + 0.26^{**}\text{การให้ความมั่นใจ} + 0.19^{**}\text{การให้ความเอาใจใส่}$