

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ
Service quality factors that affect the loyalty of customers

ณัฐชยา คงเพ็ง¹ ณัฐธิดา ดำเกลี้ยง²

พสธร ช่วยชนะ³ อริศรา ศรีวะปะ⁴ วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์⁵

Nattachaya Kongpeng¹ Natthida Damkliang²

Photsathon Chuaychana³ Arissara Sriwapa⁴ Walailak Rattanawong⁵

หลักสูตรการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

E-mail: 6410111501@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ ในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับของ คุณภาพการบริการ โดยกำหนดขั้นตอนในการทบทวนวรรณกรรม 3 ขั้นตอน คือ 1) การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบของตัวแปรที่ใช้ศึกษา 2) ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของความภักดีและคุณภาพการบริการในการบริการลูกค้า 3) ทบทวนองค์ประกอบของตัวแปรที่ใช้ศึกษานำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด ผลการศึกษาครั้งนี้ได้กรอบแนวคิด ที่ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยคุณภาพการบริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้ารับบริการในการให้บริการ คุณภาพคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างหรือเป็นจุดเด่นของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ มีองค์ประกอบดังนี้ ด้านความเชื่อถือวางใจได้ ด้านตอบสนองความต้องการ ด้านความเอาใจใส่ในการบริการ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านความพึงพอใจ ตัวแปรตามคือความจงรักภักดีต่อลูกค้าที่ใช้บริการ คือ ผู้ที่เลือกซื้อในสินค้าใช้บริการร้านค้าอย่างสม่ำเสมอของร้านขายส่งจนกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงเชิงบวกและความตั้งใจกลับมาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการในครั้งถัดไปรวมถึงการบอกต่อให้ ผู้จะมาเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการอีกด้วย ปัจจัยความจงรักภักดีต่อลูกค้าที่ใช้บริการมีองค์ประกอบดังนี้ ด้านการบอกต่อ ด้านการตั้งใจซื้อสินค้า ด้านการอ่อนไหวปัจจัยราคา ด้านความเชื่อมั่นกับสินค้า กรอบแนวคิดที่สร้างขึ้นมาในการวิจัยครั้งนี้จาก นำไปใช้ศึกษาข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางให้กับบริษัทในการวางแผนให้การบริการทางบริษัทมีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการตรงความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความจงรักภักดี, ลูกค้าที่ใช้บริการ

Abstract

A study of service quality factors that affect customer loyalty. This time the researcher reviewed the literature related to Service quality The process of reviewing the literature is determined in 3 steps: 1) reviewing relevant theoretical concepts to determine the framework of variables used in the study, 2) reviewing research related to relationships. of loyalty and service quality in customer service 3) Review the elements of the variables used in the study leading to the creation of a conceptual framework. The results of this study provide a conceptual framework. That consists of 2 variables: the primary variable and the dependent variable. The primary variable is the service quality factor, which is the ability to meet the needs of customers receiving services in providing quality services. Service quality is something that can make a difference or be a highlight of the business. to be superior to competitors It has the following components: In terms of reliability Need response aspect Attentiveness in service Confidence in service Satisfaction aspect The dependent variable is loyalty to customers who use the service, that is, those who regularly purchase products and use the services of the wholesale store until it becomes a positive relationship and the intention to return to choose the product or service the next time. About spreading the word People will come to choose products and use services as well. Loyalty factors for customers who use the service have the following components: Word of mouth Intention to purchase products Sensitivity to price factors Confidence in the product The conceptual framework created in this research from Used to study information to serve as a guideline for the company in planning services. The company will develop and improve services to meet the needs of customers as best as possible.

Keyword: Service quality, loyalty, customers who use the service