

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 สมมติฐานงานวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี	9
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	12
2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน	44
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	53
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	64
5.2 การอภิปรายผลการศึกษา	66
5.3 ข้อเสนอแนะ	69
เอกสารอ้างอิง	71
ภาคผนวก	79
ประวัติผู้วิจัย	85

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปตัวแปรที่ได้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3.1	ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม	42
4.1	จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	44
4.2	จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	45
4.3	จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	45
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน	45
4.5	จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยรวม	47
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา	48
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์	49
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย	50
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความจงรักภักดีโดยรวม	51
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความจงรักภักดีด้านการใช้บริการซ้ำ	51
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความจงรักภักดีด้านการบอกต่อ	52
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความจงรักภักดีด้านการปกป้อง	53
4.14	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามเพศ	53
4.15	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	54
4.16	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	54
4.17	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอายุ	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	55
4.19	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	56
4.20	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	56
4.21	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	57
4.22	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอาชีพ	57
4.23	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	58
4.24	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	59
4.25	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
4.26	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความจงรักภักดีต่อร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	60
4.27	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	61

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของรถยนต์ในจังหวัดศรีสะเกษ	1
1.2	การเปรียบเทียบจำนวนผู้มาใช้บริการร้านกันทรลักษณ์คาร์แคร์ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ	4
1.3	กรอบแนวความคิด	7

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี