

56602727: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำสำคัญ: บัตรเดบิต/ ภาพลักษณ์/ การรับรู้คุณภาพบริการ/ ความจงรักภักดี

วิภาศิริ สติระเจริญกุล: ภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน). อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 93 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีต่อการรับรู้คุณภาพบริการ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) 3) ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์บัตรเดบิตที่มีต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) และ 4) ศึกษาลักษณะความเป็นตัวแปรกลางของการรับรู้คุณภาพบริการระหว่างภาพลักษณ์บัตรเดบิตและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้ถือบัตรเดบิตธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบอย่างง่ายและแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์บัตรเดบิตมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพบริการ การรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์บัตรเดบิตมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการเป็นตัวแปรกลางระหว่างภาพลักษณ์บัตรเดบิตและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพบริการเป็นตัวแปรกลางแบบ Partial Mediator อย่างไรก็ตามผลการวิจัยนี้สามารถนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงภาพลักษณ์บัตรเดบิตและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) เนื่องจากทั้ง 2 ปัจจัยมีอิทธิพลในการสร้างความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

56602727: MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM

KEY WORDS: DEBIT CARD/ PRODUCT IMAGE/ SERVICE QUALITY/ LOYALTY

WIPHASIRI SATHIRACHAROENKUL: INFLUENCE OF DEBIT CARD'S PRODUCT IMAGE ON PERCEIVED SERVICE QUALITY AND LOYALTY TOWARDS UOB DEBIT CARD PRODUCT. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. VIROJ JADESADALUG, Ph.D. 93 pp.

The objectives of this research was: 1) to study the influence of Debit card image towards the perception on service quality 2) to study the influence on the perception of service quality towards product loyalty on UOB Debit card 3) to study the influence of the image of Debit card towards product loyalty of UOB Debit card and 4) to study nature of the moderator variables of the perception of service quality between image of Debit card and product loyalty of UOB Debit card by collecting information from 400 samples of UOB Debit cardholders in Bangkok area. The tool used in the research was questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. The hypothesis test was done by a simple and multiple regression analysis.

The result of the research found that the image of Debit card had a positive influence on the perception of service quality. Perception on service quality had a positive influence on product loyalty and the image of Debit cards had positive influences on their loyalty to the product with statistical significant at 0.05 level. In addition, it was also found that perception of service quality was the moderator variable between Debit card image and product loyalty with a statistical significant at 0.05 level. The test result indicated that the perception of service quality was the moderator variable under partial mediator. However, the result of this research could be regarded as a guideline to improve the image of UOB Debit card and develop service quality as both factors had an influence in building product loyalty to bank's product, after all.

Master of Business Administration Program

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2014

Thesis Advisor's signature