

แบบตัวอย่าง

XX

คำนำหน้านาม Xxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxx

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

๑๕. XXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXX

2559

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ สินค้าและบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์คอฟฟี่โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก แนวคิดดัชนีชี้วัดความพึงพอใจ ACSI

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 400 คน จากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ และร้านทัม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม (Bivariate Analysis) ประกอบด้วย t-test, F-test, และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการบริการของร้านกาแฟสตาร์บัคส์สูงกว่าร้านทัม เอ็น ทัมส์คอฟฟี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ และการรับรู้คุณค่า มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ลูกค้าที่มีความจงรักภักดี จะให้ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจเพื่อใช้ในการพัฒนา และปรับปรุงบริการ

คำสำคัญ:ความพึงพอใจ, ร้านกาแฟสตาร์บัคส์, ร้านต้ม เอ็น ทัมส์ คอฟฟี่

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Example

Independent Study Title	XX
Researcher	Miss xxxxxxxx xxxxxxxx
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Xxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxx, Ph.D.
Academic Year	2016

Abstract

The purposes of this research were: (1) to study the customer satisfaction on products and services toward Starbucks and Tom N Toms Coffee in Bangkok and vicinity, and (2) to study factors affecting customer satisfaction and loyalty toward Starbucks and Tom N Toms Coffee. Conceptual framework is based on American Customer Satisfaction Index (ACSI).

Simple random sampling technique was applied to select 400 customers of Starbucks and Tom N Toms Coffee in Bangkok and vicinity to answer self-reported questionnaire. Data was analyzed by vicariate statistical analysis consisted of t-test, F-test, and correlation analysis.

Research findings revealed that: 1) Starbucks' customer satisfaction was statistically significant higher than that of Tom N Toms Coffee, 2) expectation, perceived quality, and perceived value had statistically significant relationship with customer satisfaction, and 3) customer satisfaction and recommendation had statistically significant relationship with customer loyalty. These results implied that loyal customers would offer recommendations for better services.

Keywords: Satisfaction, Starbucks, Tom N Toms Coffee

Advisor's Signature_____