

ชื่อเรื่อง	การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของศูนย์บริการรถยนต์ โตโยต้า บอดี เซอร์วิส บางนา	
ผู้เขียน	นายวิรัช หิรัญบุรณะ	
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ลภัสรดา จ่างแก้ว	ประธานกรรมการ
	อาจารย์ ดร.ภาวนา เตชะวิมล	กรรมการ
	อาจารย์ ดร.ตะวันฉาย คงรชต	กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า บอดี เซอร์วิส บางนา ตามแนวคิดของพาราสูรามานและคณะ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้เข้ารับบริการจำนวน 300 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (ประกอบด้วย Step-wise Linear Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเข้ารับบริการส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย หรือ อาชีพอิสระ รุนรถส่วนใหญ่เป็นรถยนต์นั่ง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นลำดับที่หนึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ปัจจัยด้านการสร้างความเชื่อมั่น และปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ การรับรู้ด้านคุณภาพการบริการของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับดี และรับรู้สูงที่สุดในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการดูแลเอาใจใส่

การรับรู้คุณภาพในการรับบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจโดยรวมและการรับรู้คุณภาพในการรับบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความจงรักภักดีของลูกค้า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นแต่การตอบสนองต่อลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดีของลูกค้า

Title	Service Quality Perception of Customer at Toyota Body Service Bangna	
Author	Warit Hiranburana	
Degree	Master of Business Administration Nation University	
Advisory Committee	Dr. Laphasrada Changkaew	Chairperson
	Dr. Pawana Techavimol	Member
	Dr. Tawanchay Khongrachata	Member

ABSTRACT

The purpose of this research were aimed to evaluate the service quality perception of the Toyota Body Service at Bangna branch according to the concept of Parasuraman and fellows. The research sample group was customer who were service in Toyota Body Service totally 300 sets; a questionnaire was used as a tool to evaluate the quality of service to collect data, processed by a computer program. The statistics used in data analysis were Percentage, Frequency, Mean, Standard Deviation, the analysis of Linear Regression with Stepwise.

The finding were as follow, customer or samples of the study, of the Toyota Body Service were mostly males; mostly aged between 31-40 years; mostly graduated bachelor degree; mostly earned income more than 40,000 baht; mostly company owner or business owner or freelance; mostly small passenger car such as vios, soluna and mostly service in general repair more than maintenance service.

Customer have a level of expectation on Reliability and Responsiveness were most important effect to their satisfaction and followed by Tangibles Assurance and Empathy respectively. Overall service quality perception of Toyota Body Service was evaluated in good level and received highest score at Responsiveness and Empath.

Service quality perception level of Tangibles Reliability Assurance and Empathy were relate to customer satisfaction and Service quality perception level of Tangibles Assurance and Empathy were relate to customer loyalty, with the statistical significance at the level 0.05; except Responsiveness only.