

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และความภักดีของลูกค้า 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการตลาดและความภักดีของลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการสุ่มโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอนในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และทดสอบสมมติฐานโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใช้สถิติเพียร์สัน (Pearson Correlation) ผลการวิจัย พบว่ายอมรับสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยที่ 1) ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี 2) ภาพลักษณ์ของโรงแรมมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี และ 3) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมในจังหวัดปทุมธานี

ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม ในจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อถือผ่านภาพลักษณ์ขององค์กร เสริมสร้างความพึงพอใจและมุ่งส่งเสริมและพัฒนาการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต

This thesis is aimed 1) to examine the relationship of between customer satisfaction and loyalty of customers; 2) to examine the relationship between corporate image and loyalty of customers; 3) to study the relationship between marketing promotion and loyalty of customers.

The sample of this study is a group of customers who stayed in the hotel within Pathumthani. The method of data sampling is non-probability sampling using the questionnaire to collect data. Pearson Correlation was used to test the hypotheses and the results revealed that 1) there was a significant relationship between customer satisfaction and loyalty in hotels in Pathumthani province; 2) there was a significant relationship between corporate image and customer loyalty; and 3) a significant relationship between marketing promotion and customer loyalty was also found.

Based on the research results, it is suggested that hotels in Pathumthani province should pay attention to build their own credibility through the use of positive corporate image. The management of the hotels should improve their service quality in order to increase the customer satisfaction level. Also, the hotels should develop various types of marketing promotion to gain customer loyalty.