อรุณศรี ตันอรชร 2557: การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นของร้านในห้างสรรพสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์พันตำรวจโท วัชรพงษ์ พนิตธำรง, ปร.ด. 128 หน้า

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของลูกค้า (2) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น (3) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นและ (4) การจัดแสดงสินค้าแฟชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนาและเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ค่าความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าโดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นลูกค้าเข้าร้านที่มีป้ายส่วนลดอยู่หน้าตู้โชว์หน้าร้านเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดรองลงมาคือสีมีความสำคัญต่อการจัดแสดงสินค้าและเห็นด้วยอย่างยิ่งในประเด็นราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นและการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หน้าร้านที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามอายุและรายได้การจัดแสดงสินค้าภายในร้านแตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามอายุส่วนแสงและสีกับการจัดแสดงสินค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นเมื่อจำแนกลูกค้าตามเพศและอายุการจัดแสดงสินค้าแฟชั่นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น

_____ _____ __ / __ / __

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์