

THE INVESTIGATION OF THE FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY
IN THE AIRLINE INDUSTRY

KANTATOUJ AMARANONTA 5238808 ICMA/M

M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: CHANIN YOOPETCH, Ph.D.,
ORNLATCHA SIVARAK, Ph.D.

ABSTRACT

The main objectives of this study are to examine the relationships among service performance, servicescape, perceived value, customer satisfaction and customer loyalty of foreign passengers travel with a full service airlines, and to explore the relationships between demographic factors and selected factors including, service performance, servicescape, perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty of foreign passengers travel by full service airlines. The primary data was collected by distributing a self-administered questionnaire based on the systematic sampling technique to 406 foreign passengers travelling by full service airlines at the Suvarnabhumi International Airport. The data was analyzed by t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and correlation analysis.

The findings in this study identified differences in some airline passengers' demographic factors which lead to the differences in service performance, servicescape, perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. In addition, the strongly positive relationships among service performance, servicescape, perceived value, customer satisfaction and customer loyalty are also revealed in this study.

KEY WORDS: AIRLINE INDUSTRY / DEMOGRAPHIC FACTORS / SERVICE
PERFORMANCE / SERVICESCAPE / PERCEIVED VALUE /
CUSTOMER SATISFACTION / CUSTOMER LOYALTY

218 pages

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมสายการบิน

THE INVESTIGATION OF THE FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY IN THE AIRLINE INDUSTRY

กันตริช อัมรานนท์ 5238808 ICMA/M

บช.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., อรัลชชา ศิวรักษ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการ ปัจจัยด้านภูมิทัศน์การบริการ ปัจจัยด้านคุณค่าจากการรับรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า ของผู้ใช้บริการสายการบิน และเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรและปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการ ปัจจัยด้านภูมิทัศน์การบริการ ปัจจัยด้านคุณค่าจากการรับรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า ของผู้ใช้บริการสายการบิน โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการแจกแบบสอบถามชนิดที่ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเองให้กับชาวต่างชาติที่ใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศที่ให้บริการเต็มรูปแบบในสนามบินสุวรรณภูมิจำนวน 406 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ และใช้การทดสอบที, การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว, และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของปัจจัยทางประชากรบางปัจจัย จะก่อให้เกิดความแตกต่างให้แก่ปัจจัยอื่นๆ อันได้แก่ ปัจจัยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการ ปัจจัยด้านภูมิทัศน์การบริการ ปัจจัยด้านคุณค่าจากการรับรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า นอกจากนี้การศึกษานี้ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างปัจจัยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการ ปัจจัยด้านภูมิทัศน์การบริการ ปัจจัยด้านคุณค่าจากการรับรู้ของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า