

ศุล อัครนิบุตร 2556: อิทธิพลของการโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตร็อกเก็ตต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของวัยรุ่นหญิงในกรุงเทพมหานคร ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ) สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นรกกฤต วันตะเมธ, Ph.D. 127 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตร็อกเก็ตต่อทัศนคติของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตร็อกเก็ตต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติของวัยรุ่นหญิงที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรเพศหญิง อายุตั้งแต่ 18-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกตราสินค้าที่นำมาศึกษามี 3 ตราสินค้าได้แก่ ตราสินค้าทอว์ฟ พลัส ตราสินค้าสก็อต เพียวเร่ และตราสินค้าเอเวอร์เชนส์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตร็อกเก็ตมีอิทธิพลต่อทัศนคติของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต 2) การเปิดรับโฆษณาที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ตร็อกเก็ตมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต 3) ทัศนคติของวัยรุ่นหญิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของวัยรุ่นหญิงต่อตราสินค้าที่ใช้ฟรีเซนต์ร็อกเก็ต

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก