

จรรยา ยิ่งดี : ผลกระทบของคุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อความภักดี
ต่อลูกค้าลาซาด้าในประเทศไทย (EFFECTS OF MOBILE APPLICATION SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF LAZADA IN THAILAND)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล , 154 หน้า.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร

คำสำคัญ : คุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชัน ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความภักดี

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความคิดเห็นคุณภาพบริการโมบาย
แอปพลิเคชันลาซาด้าประเทศไทยของลูกค้าลาซาด้าเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ วาย และ ซี 2) เพื่อทดสอบ
ผลกระทบของคุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ความภักดี
และผลกระทบของความพึงพอใจ และความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าลาซาด้า
ประเทศไทย และ 3) เพื่อทดสอบผลกระทบความพึงพอใจ และความไว้วางใจซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลาง
ระหว่างคุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชันกับความภักดีของลูกค้าลาซาด้าประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง
ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นลูกค้าลาซาด้า จำนวน 300 คน ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการโมบายแอป
พลิเคชันลาซาด้าประเทศไทย ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลงานวิจัย พบว่า 1) ลูกค้าลาซาด้าที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
คุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชัน ด้านการตอบสนอง ด้านการติดต่อ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ
ด้านประสิทธิภาพ และด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน 2) ผลกระทบของคุณภาพบริการโมบาย
แอปพลิเคชัน ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าลาซาด้า และ
ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าลาซาด้า และมีความสอดคล้อง
กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากความสอดคล้องค่า Chi-Square = 143.379, df =
109, Chi-Square/df = 1.315, RMSEA = 0.033, RMR = 0.016, CFI = 0.990 และ GFI = 0.948
และ 3) ด้านบทบาทของความเป็นตัวแปรคั่นกลาง พบว่า ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ มีอิทธิพล
เป็นตัวแปรคั่นกลางเพียงบางส่วนระหว่างคุณภาพบริการโมบายแอปพลิเคชันและความภักดี

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนักศึกษา จรรยา ยิ่งดี

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา [ลายมือ]

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม [ลายมือ]

JARIYA YINGDEE : EFFECTS OF MOBILE APPLICATION SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY OF LAZADA IN THAILAND THESIS ADVISOR :
ASST. PROF.KANCHANA SIKANTHASIRIKUL, DBA., 154 PP. THESIS CO- ADVISOR :
ASST. PROF.SAREEYA WICHITSATHIAN, DBA.

Keyword : Mobile Application Service Quality / Satisfaction / Trust / Loyalty

The purposes of this research were: 1) to compare the opinion of mobile application service quality of Lazada in Thailand of customers in generations X Y and Z. 2) to test the model effects of mobile application service quality of the impact on customer satisfaction, trust and loyalty of Lazada in Thailand and the effects of customer satisfaction, trust of the impact on customer loyalty of Lazada in Thailand, and 3) to test the model effects of customer satisfaction, trust through the mediator variable which were mobile application service quality and customer loyalty. Data were collected by electronic questionnaires from 300 Thai customers in generations X Y and Z who had experience using the mobile application service of Lazada in Thailand.

The results showed that 1) customers' Lazada mobile application in generations X Y and Z agreed differently with mobile application service quality: responsiveness, contact, content, design, efficiency, and reliability. 2) The results showed that the mobile application service quality, customer satisfaction and customer trust effect customer loyalty, and customer satisfaction and customer trust have also effect to customer loyalty and the model fits with the empirical data, considering from Chi-Square = 143.379, df = 109, Chi-Square/df = 1.315, RMSEA = 0.033, RMR = 0.016, CFI = 0.990 and GFI = 0.948

and 3) The results of the mediator variables showed that the mobile application service quality can effect customer loyalty by enhancing mediator like customer satisfaction and customer trust as partial mediator.

School of Management Technology
Academic Year 2022

Student's Signature จาริยา ยิงดี

Advisor's Signature [Signature]

Co- Advisor's Signature [Signature]