

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจกับความภักดีของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำหอมในจังหวัดนนทบุรี
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	พิมพ์นารา ร้อยแสงจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีปร์ ชันทอง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำหอม และ 2) เปรียบเทียบความภักดีของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำหอมในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำหอม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังก่อนซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ และด้านความคุ้มค่ามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบความภักดีของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำหอมในจังหวัดนนทบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีในผลิตภัณฑ์น้ำหอมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ความพึงพอใจ ความภักดี ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์น้ำหอม จังหวัดนนทบุรี

Title	Consumer Satisfaction and Loyalty toward Perfume Products in Nonthaburi Province
Name	Pimnara Roisangjun
Advisor	Assistant Professor Dr. Pratin Khanthong
Degree	Master of Business Administration
Year	2025

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of consumer satisfaction toward perfume products, and 2) compare consumer loyalty toward perfume products in Nonthaburi Province classified by personal factors. This study was quantitative research. The population consisted of customers who had purchased Perfume Products in Nonthaburi Province. Since the exact population number was unknown, the sample size was calculated using W.G. Cochran's formula, resulting in a total of 400 respondents. Data were collected using purposive sampling. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test.

The research findings revealed that 1) the overall level of consumer satisfaction with perfume products was at the highest level. Considering each aspect from the highest to the lowest mean, all five aspects were at the highest level. Purchase expectation had the highest mean, followed by product usage experience, product quality, brand image, and value for money, which had the lowest mean, and 2) the comparison of consumer loyalty toward perfume products in Nonthaburi Province classified by personal factors gender, age, education level, occupation, and monthly income showed statistically significant differences at the .05 level.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Consumers, Perfume products, Nonthaburi Province