

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์
สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี
SERVICE QUALITY THAT AFFECTS SATISFACTION OF CONSUMERS OF
MC DONALD'S BANGSAEN BRANCH, CHONBURI PROVINCE

รวีสุต ต้นสุวรรณรัตน์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

RAWISUT TANSUWANNARAT

Email: 6214154559@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหาร ร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 26 - 35 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ระยะเวลาในการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อปีและผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการและปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.55, S.D. = 0.55) และ (\bar{X} = 4.56, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.684 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อตัวแปรตามคือความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 68.40 เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือ

ไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหาร ร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; ความพึงพอใจ; ร้านแมคโดนัลด์

ABSTRACT

Subject research service quality that affects satisfaction of consumers of Mc Donald's Bangsaen branch, Chonburi Province aimed to study the service quality that affected satisfaction consumers of Mc Donald's Bangsaen branch, Chonburi province. The sampled of this study were 400 customers using a simple random sampling method. The tool used for data collection was an online questionnaire. The data were analyzed by using a computer software package for frequency, percentage, mean, standard deviation. and multiple regression analysis.

The results found that most of the sample were female, age between of 26-35 years old, had a bachelor's degree. Had a career as a private company employee average monthly income 20,001-30,000 baht, and the used to service 2-4 times per year. It was also found that service quality factors and satisfaction factors overall there were the highest levels of their opinions ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.55) and ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.70) respectively.

The hypothesis testing results found that service quality that affected satisfaction of consumers of Mc Donald's Bangsaen branch, Chonburi province was statistical significance level at 0.05. The forecast coefficient found as 0.684 ($R^2 = 0.684$) indicated that the independent variable, i.e. service quality affected the dependent variable, i.e. that satisfaction of consumers of Mc Donald's Bangsaen branch Chonburi province at 68.40 percent. When considering each aspect, it was found that there were 3 aspects, namely tangibility reliability and assurance which affected the satisfaction of consumers of Mc Donald's Bangsaen branch, Chonburi province

Keywords: service quality; satisfaction; McDonald's

บทนำ

ในปัจจุบันการริบเร่งต้องแข่งขันกับเวลาทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารนั้นเปลี่ยนไปอาหารประเภทจานด่วน หรือ อาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) จึงมีบทบาทมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกบริโภค(วรัญญา แจ่มศรี และ อิทธิกร ขำเดช, 2556) อาหารจานด่วน (Fast Food) คือ อาหารที่ปรุงเสร็จในเวลาอันรวดเร็วหรือทันเวลาพอดี (Just-in-time) และพร้อมกินได้ทันที ซึ่งโดยทั่วไปคนมักจะนึกถึงแต่อาหารจานด่วนของฝรั่ง เช่น พิซซ่า ไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ ฮอทดอก ฯลฯ

แมคโดนัลด์ เป็นร้านอาหารจานด่วนประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในการบริโภคอย่างมากโดยแมคโดนัลด์เริ่มให้บริการในประเทศไทยในปี พ.ศ.2528 เป็นประเทศที่ 35 ของโลก โดยสาขาแรกตั้งอยู่ที่อาคารอัมรินทร์ พลาซ่า ปัจจุบัน แมคโดนัลด์ ประเทศไทย พร้อมให้บริการอาหารมาตรฐานระดับโลกใน 245 สาขาทั่วประเทศ (ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2562) ซึ่งมีบริการหลากหลายในแต่ละสาขา ทั้งนั่งรับประทานที่ร้าน, บริการ Drive Thru, บริการตลอด 24 ชั่วโมง (แมคโดนัลด์ประเทศไทย,(2565)

ชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี ถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมา จากสถิติการท่องเที่ยวของชายหาดบางแสน พบว่า ในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 2,870,054 คน รายได้จากการท่องเที่ยวบางแสนในปี 2562 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 10,428.45 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ทั้งนี้เทศบาลเมืองแสนสุขมีการกำหนดดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเทศบาลเมืองแสนสุขโดยนำเสนอรูปแบบแผนงานโครงการในระยะเวลา 5 ปีตั้งแต่ปี 2561 - 2565 เพื่อการบริหารจัดการที่ดีและพัฒนาการเมืองเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นและส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนเศรษฐกิจและสังคมของเทศบาลเมืองแสนสุขดีขึ้นต่อไป (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2562)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้นในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานของการวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาคูณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี สำหรับการศึกษาในครั้งนี้โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านอาหารแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้เลือกใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณ โดยใช้สูตร W.G. Cochran(1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จากการคำนวณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 ชุด

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพบริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) การเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ (empathy)

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าร้านอาหารแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คือ ร้านอาหารแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

4. ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย

เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ถึงเดือน เมษายน พ.ศ.2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, and Leonard L. Berry (1985 ; 1990) อ้างใน รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) จึงได้ทำการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้เป็นมาตรวัดคุณภาพบริการและได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งผลจากการวิจัย ทำให้ได้เครื่องมือที่จะนำไปใช้วัดคุณภาพการทั้ง 5 ด้าน

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่า ได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ การบริการที่ถูกลำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม

2. ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม แม่นยำในทุกจุดของการบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้น มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจ

3. การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกสบายจากการบริการ ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการ เคารพความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ บุคคลมีความต้องการที่แตกต่าง

4. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้ทักษะการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าการบริการที่ให้นั้น ผู้รับบริการจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ใส่ใจการรับฟังปัญหาความคิดเห็น มีสัมพันธภาพที่ดีต่อการรับฟังปัญหาของผู้รับบริการ จดจำผู้รับบริการในสิ่งที่เฉพาะกับบุคคล และการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

วรูม (Vroom,1953) อ้างใน ปราเมศร์ อุณหปาณี(2559) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

โวลแมน (Wolman) (Wolman,1973),อ้างใน นันทนลิน ม่านสะอาด(2561) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นสภาพความรู้สึก (feeling) ของมนุษย์ที่มีความสุข ความอึดอึ้งใจเมื่อความต้องการ (wants)หรือแรงจูงใจ (motivation) ของตน

วอลลาสทิน (Wallerstein, 1971),อ้างใน ปราเมศร์ อุณหปาณี(2559) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (end state in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ข้อมูลทั่วไปของร้านแมคโดนัลด์

ตำนานความอร่อยของแฮมเบอร์เกอร์จากร้านแมคโดนัลด์ได้เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2491 โดยผู้บุกเบิกคือ พี่น้องดิก และ แมค แมคโดนัลด์ ที่เปิดร้านแฮมเบอร์เกอร์ชื่อว่า "แมคโดนัลด์" เป็นแบบไดรฟ์ทรู ในซานเบอร์นาดีโน เมืองเล็กๆ ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ภายหลังทั้งสองได้ขายกิจการให้กับ มร. เรย์มอนด์ อัลเบิร์ดคร็อก ส่งผลให้ร้านแมคโดนัลด์เป็นที่ขึ้นชื่อบและได้ขยายสาขาไปทั่วสหรัฐอเมริกาอย่างรวดเร็ว เริ่มต้นสาขาแรกที่รัฐอิลลินอยส์ ในปี พ.ศ. 2498 จวบจนทุกวันนี้มีร้านแมคโดนัลด์กว่า 36,000 สาขา ในกว่า 100 ประเทศทั่วโลก และในแต่ละวันให้บริการลูกค้ากว่า 69 ล้านคน

แมคโดนัลด์ เริ่มให้บริการในประเทศไทยในปี พ.ศ.2528 เป็นประเทศที่ 35 ของโลก โดยสาขาแรกตั้งอยู่ที่อาคารอัมรินทร์ พลาซ่า ปัจจุบัน แมคโดนัลด์ ประเทศไทย พร้อมให้บริการอาหารมาตรฐานระดับโลกใน 245 สาขาทั่วประเทศ (ข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2562) ซึ่งมีบริการหลากหลายในแต่ละสาขา ทั้งนั่งรับประทานที่ร้าน, บริการ Drive Thru, บริการตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงเคาน์เตอร์ของหวานและแมคคาเฟ่ ที่ให้บริการกาแฟในบรรยากาศสบายๆ พร้อมด้วยบริการฟรี WiFi internet และ eBook นอกจากนี้ แมคโดนัลด์ยังให้บริการจัดส่งอาหารถึงบ้านผ่านบริการ McDelivery Services ทางโทรศัพท์หมายเลข 1711 ตลอด 24 ชั่วโมง(แมคโดนัลด์ประเทศไทย,2565)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา ทวีพันธ์ มนตรี ธรรมพัฒนากุล สิทธิชัย ชูสุวรรณ และสุกัญญา โทแทนสมบัติ (2562) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟสตาร์บัคส์สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วยด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านการกุศล และด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผล

ต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชรัญดา พรหมมา(2564) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารเอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี โดย พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ R^2 มีค่าเท่ากับ 0.773 แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้ร้อยละ 77.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านอาหารแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรีจำนวน 400 คน โดยใช้สูตร W.G. Cochran(1953)ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 ชุดโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และ ค่าความถี่ (Frequency) กับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อาชีพ และระยะเวลาการใช้บริการ

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X})และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) กับด้านคุณภาพ การให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 5 ด้าน คือความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness)การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) การเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ(empathy)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรีพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X}=4.62$, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.84) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.65) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.64) และ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. =0.67) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.70)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	ค่า			
	สัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	Beta	t	Sig.
1.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ(x_1)	0.183	0.181	5.103	0.000*
2.ความเชื่อถือไว้วางใจได้(x_2)	0.507	0.360	5.103	0.000*
3.การตอบสนองต่อลูกค้า(x_3)	-0.134	-0.126	-1.777	0.076
4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (x_4)	0.41	0.379	5.009	0.000*
5.การเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ (x_5)	0.12	0.115	1.285	0.199
ค่าคงที่	-0.414		-1.988	0.048

$R = 0.827$, $R^2 = 0.684$, $SEE = 0.406$, $F = 169.988$, $Sig. = 0.048$, * = $P < 0.05$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.684 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อตัวแปรตามคือความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 68.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Beta = 0.379) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Beta = 0.360) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Beta = 0.181) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งหมด 3 ด้าน คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยสามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในภาพรวมของด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ความคิดเห็นของผู้วิจัย จากการที่พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสะอาด เรียบร้อยด้วยเครื่องแบบบริษัทร้านแมคโดนัลด์มีเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการดูแลสุขอนามัยที่เหมาะสมและครบถ้วน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของกาญจนา ทวีนนท์ มนตรี ธรรมพัฒนากุล สิทธิชัย ชูสุวรรณ และสุกัญญา โทแทนสมบัติ (2562) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟสตาร์บัคส์สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่า การตอบสนองต่อปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟสตาร์บัคส์สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ในภาพรวมของ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งความคิดเห็นของผู้วิจัย จากการที่พนักงานที่ให้บริการมีการทบทวนรายการอาหารของลูกค้าก่อนคิดเงินและทบทวนเงินทอนขณะส่งซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุดารัตน์ ทองดี(2563)ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่าด้านความเชื่อถือได้มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบ้านโป่งจังหวัดราชบุรี และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรวรา นิยมสม (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจแห่งชาติ

จำกัด ผลการวิจัยพบว่าด้านความเชื่อถือได้มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจแห่งชาติ จำกัด

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ในภาพรวมของ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหาร ร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งความคิดเห็นของผู้วิจัย จากการที่พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่างๆทุกเรื่องของทางร้านอย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชรัญดา พรหมมา(2564) พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ R2 มีค่าเท่ากับ 0.773 แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้ร้อยละ 77.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรีได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยภาพรวม ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหาร ร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งความคิดเห็นของผู้วิจัยคิดว่า จากการที่ พนักงานที่ให้บริการมีความพร้อมในการให้บริการพร้อมทั้งเต็มใจช่วยเหลือเมื่อลูกค้าเกิดปัญหา และสามารถเข้าถึงข้อมูลโปรโมชั่นต่างๆได้ง่ายจากแอปพลิเคชันของ แมคโดนัลด์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เบญจมา แฉงเวชฉาย (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง ผลกระทบของค่านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานครและสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตรและ สุพธาวรรณ ระพันธ์ชาโต้ (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยค่านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งความคิดเห็นของผู้วิจัยคิดว่าจากการที่ พนักงานที่ให้บริการมีความเป็นกันเองและมีความเป็นเอาใจใส่เป็นมิตร ให้เกียรติและเห็นความสำคัญของลูกค้าเสมอภาคเท่าเทียมกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มาริสา กลิ่นหอม(2564)ซึ่งศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาศรี

นครินทร์ พบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขา ศรีนครินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาราย 2 ด้านพบว่า มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้าน การเข้าใจ และการรู้จักผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านความเป็นรูปธรรมของการ บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาศรีนครินทร์ ด้านการเข้าใจและ การรู้จักผู้รับบริการโดยภาพรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารร้าน แมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้บริโภคอาหารร้านแมคโดนัลด์ สาขาบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า แม้ว่าการแต่งกายของพนักงานจะมีความ สุภาพเรียบร้อยในรูปแบบของบริษัทแล้วก็ตามแต่อาจจะต้องปรับปรุงในเรื่องการให้การต้อนรับลูกค้า ของพนักงานโดยต้องมีการทักทายยิ้มแย้มแจ่มใส มีจิตใจบริการและพนักงานต้องสามารถชี้แจงข้อมูลของ รายละเอียดสินค้าให้ลูกค้าได้ครบถ้วนและชัดเจนเพื่อช่วยให้มีการบริการลูกค้าด้วยคุณภาพที่สูงขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้พบว่าพนักงานมีการจัดอาหารรายการอาหารต่างๆครบถ้วนมี คุณภาพและถูกสุขอนามัยซึ่งเป็นข้อดีและยังมีการทบทวนรายการอาหารเงินทองต่างๆรวดเร็วควรเพิ่มความ คล่องแคล่วและทักษะในการบริการให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการบริการที่มีคุณภาพและนำไปสู่ความพึง พอใจในการให้บริการ

3.ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าร้าน McDonald's มีความน่าเชื่อถือมีชื่อเสียงในการ ให้บริการอาหารที่มีมาตรฐานระดับโลกพร้อมทั้งความปลอดภัยในด้านสุขอนามัยของอาหารตลอดจนมีการ บริการดีและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกแต่สิ่งที่อยากให้เพิ่มเติมคือความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของ พนักงานที่ถูกต้องและชัดเจนรวมถึงมีการแจ้งข้อมูลของผู้รับผิดชอบเมื่อเกิดเหตุการณ์หรือต้องการร้องเรียน ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนพร้อมทั้งลดความยุ่งยากของขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและเพิ่มความกระตือรือร้นใน การทำงานของเจ้าหน้าที่เพื่อที่จะได้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีเพื่อนำไปสู่ การให้บริการที่มีความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ผู้วิจัยควรเพิ่มตัวแปรอิสระด้านอื่นๆเช่นปัจจัยการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสื่อสารทาง การตลาดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการบริหารต่อไป

2.ผู้วิจัยควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพเช่นการสัมภาษณ์การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนา กลุ่มเพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่มีความสมบูรณ์มากขึ้นและสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับ ความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2563 (Tourism Statistics 2020)*. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 65. จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กาญจนา ทวินันท์, มนตรี ธรรมพัฒนากุล, สิทธิชัย ชูสุวรรณและสุกัญญา โทแทนสมบัติ. (2019). คุณภาพการให้บริการและความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของ ลูกค้าร้านอาหารแฟรนไชส์สาขาเซ็นทรัล พลาซ่า จังหวัดพิษณุโลก. *Business Review Journal หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก*
- ของชรัญดา พรหมมา.(2564).*คุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหาร เอ็ม เค สุกี้ สาขาห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง ธนบุรี.*การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ, เทศบาลเมืองแสนสุข. (2562). *แผนพัฒนาท้องถิ่นเทศบาลเมืองแสนสุข(พ.ศ 2560 -2562)*. เทศบาลเมืองแสนสุข ชลบุรี
- นันทน์ลิน ม่านสะอาด.(2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาบริโภคร้านอาหารมิลินไคด์ร้านเดิมของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร.*การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เบญชภา แจ้งเวชฉาย.(2559).*คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร.*การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปราเมศร์ อุณหปาณี. (2016). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว เซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์เซ็นทรัล เวิลด์. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 6(1), 50-61.*บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มาริสสา กลิ่นหอม.(2564).*คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาครีนครินทร์.*การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- แมคโดนัลด์ประเทศไทย. (2565). *ข้อมูลบริษัท แมคไทย จำกัด* สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 65 จาก <https://www.mcdonalds.co.th/aboutUs>
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต.*คณะบริหารธุรกิจ,บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรัญญา แจ่มศรี และ อธิกร ขำเดช. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเบอร์เกอร์ปลาทุไทย.*การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.

สตาร์ตัน ทองดี. (2563). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.*

อรรวรา นิยมสม. (2561). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ตำรวจแห่งชาติจำกัด. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง*

อาทิตยา เรืองเนตรและ สุทธาวรรณ ระพันธ์ชาโต้. (2562). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

Cochran, W.G., 1953. *Sampling Techniques*. New York : Johe Wiley & Sons. Inc.