

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความตั้งใจซื้อบริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาววิทย์รัตน์ อุดมจิตินิธิ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันตลาดธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจคือลูกค้า ผู้ประกอบการจะต้องนำกลยุทธ์ที่น่าดึงดูดและมีประสิทธิภาพสำหรับลูกค้า งานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษา โดยนำทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ ซึ่งนำไปสู่ปัจจัยคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยคุณภาพของระบบ ปัจจัยคุณภาพของบริการ ปัจจัยการรับรู้ความเพลิดเพลิน ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยคุณค่าทางด้านราคา ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้งานมาเป็นกรอบแนวคิดการค้นคว้าวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์มาเป็นเครื่องมือในการสำรวจในครั้งนี้ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งมาแล้วเท่านั้น โดยได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 213 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยการรับรู้ความเพลิดเพลิน ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยคุณค่าทางด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เช่นเดียวกันปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง

จากการศึกษางานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนต่อผู้ประกอบการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง เพื่อทราบและเข้าใจถึงปัจจัยที่จะอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อบริการ

(2)

แอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง และสามารถนำข้อมูลไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาคุณภาพของแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งได้ในอนาคต

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน, มิวสิกสตรีมมิ่ง, ความตั้งใจซื้อ, ทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จของระบบสารสนเทศ, ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2

Independent Study Title	CONSUMER INTENTION TO PURCHASE ABOUT MUSIC STREAMING IN THAILAND
Author	Miss Witayarat Udomjitniti
Degree	Master of Science (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Professor Siriluck Rotjanakitumnui, Ph.D.
Academic Year	2020

ABSTRACT

At present, the business market is highly competitive. Entrepreneurs have to face constant and never-ending challenges. The customer is the main driving force of the business. Entrepreneurs must adopt an attractive and effective strategy for customers. In this research, the researcher uses consumer Intention to purchase theory including factors of Information Quality, System Quality, Service Quality, Perceived Enjoyment, Promotion, Convenience, Price Value, Social Influence and User Satisfaction included in this research as well.

This research is quantitative research on an online survey with the 213 sample sizes that gathered from the person who have used music streaming applications before. The data analytical using Multiple Regression.

As a result, Information Quality, Perceived Enjoyment, Convenience, Price Value have impact on User Satisfaction factor as well as Social Influence and User Satisfaction have impact on Intention to purchase about music streaming applications.

This research can be used as a supporting information to music streaming applications entrepreneurs. For understanding the factors that Influential in intention

to purchase about music streaming application. Can be used to learn more to improve the quality of music streaming applications in the future.

Keywords: Applications, Music Streaming, Intention to purchase, Information System Success Model, Unified theory of acceptance and use of technology