

ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ณัฐจิรา เหมะ¹

อรวี ศรีบุญถือ^{2*}

Received 13 April 2024

Revised 21 July 2024

Accepted 21 August 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 388 คน สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ในรูปแบบของโมเดลสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อีกทั้งความพึงพอใจก็มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อีกด้วย ผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลที่จะทำให้ผู้บริกรมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการของโรงพยาบาล ดังนั้น ผู้บริหารโรงพยาบาลควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการในการกำหนดกลยุทธ์และแนวการบริหารจัดการ เพื่อที่จะเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งนำไปสู่การสื่อสารแบบปากต่อปากในเชิงบวกและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ โรงพยาบาลรัฐบ

^{1 2} คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เลขที่ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

E-mail: ¹ natjira.he@ku.th

* Corresponding author email: orawee.sr@ku.th

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON SATISFACTION, WORD OF MOUTH AND REPURCHASE INTENTION OF CUSTOMERS OF PUBLIC HOSPITALS IN BANGKOK AND METROPOLITAN REGION

Natjira Hema¹

Orawee Sriboonlue^{2*}

Abstract

The purpose of this research was to study the effect of service quality on satisfaction, word of mouth, and repurchase intention of customers of public hospitals in Bangkok and Metropolitan Region. The research methodology was quantitative research with survey method by using questionnaires for data collection. The respondents were 388 participants, who are customers of public hospitals located in Bangkok and Metropolitan Region. Descriptive statistics utilized for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Due to hypothesis testing, inferential statistics used were Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The research results showed that service quality affected satisfaction, word of mouth, and repurchase intention of customers of public hospitals in Bangkok and Metropolitan Region at a significance level of 0.001. Besides, satisfaction affected word of mouth and repurchase intention of customers at a significance level of 0.001. In addition, satisfaction also acts as a mediator in the effect of service quality on word of mouth and repurchase intention of customers at a significance level of 0.001. The research findings indicate the significance of service quality and customer satisfaction, which influence the customers' positive attitudes toward the hospital's products and services. Therefore, hospital administrators should prioritize service quality factors in their strategic planning and management approaches to enhance customer satisfaction leading to positive word-of-mouth and repurchase intention of customers.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Word of Mouth, Repurchase Intention, Public Hospital

^{1 2} Faculty of Business Administration, Kasetsart University, 50 Ngam Wong Wan Rd, Ladyao Chatuchak Bangkok Thailand 10900

Email: natjira.he@ku.th

* Corresponding author email: orawee.sr@ku.th

บทนำ

ด้วยสถานการณ์โลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงมาก เนื่องจากวิกฤติต่าง ๆ เช่น การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และสิทธิสุขภาพที่เป็นสิทธิสากล ที่ได้รับการระบุในธรรมนูญขององค์การอนามัยโลก ปี ค.ศ. 1946 ว่าเป็นสิทธิสากลขั้นพื้นฐานที่บุคคลพึงได้รับด้วยมาตรฐานที่สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติ ต่อบุคคลและ ไม่มีการแบ่งแยกไม่ว่าจะเป็นกรณีใด ๆ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2564 อ้างถึง World Health Organization, 1946) ทุกคนจึงมีสิทธิเข้าถึงบริการทางการแพทย์อย่างเท่าเทียม ความต้องการในการเข้ารับบริการรักษาพยาบาลจึงมีเพิ่มขึ้นตามมา แม้ว่าองค์การอนามัยโลกจะประกาศยุติภาวะฉุกเฉินของโรคโควิด-19 แล้วในประเทศไทยยังคงมีมาตรการรับมือโควิด-19 เช่น เดิมคือการเฝ้าระวังโรคติดต่อ อุตสาหกรรมดูแลสุขภาพก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง โรงพยาบาลมีบทบาทสำคัญในการรองรับผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บป่วย การจัดการการให้บริการทางการแพทย์จึงมีการปรับเปลี่ยน เช่น มีการจัดพื้นที่เพื่อกักกันเชื้อโรค การให้บริการคัดกรองโรค และการให้บริการฉีดวัคซีน อุปกรณ์ทางการแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์มีบทบาทสำคัญในการรับมือกับสถานการณ์นี้ และมีการปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมในยุคโควิด-19 ต่อไป

ปัจจุบันสถานพยาบาลในไทยมีทั้งหมด 47,786 แห่ง ประกอบด้วย 1) สถานพยาบาลภาครัฐ ประเภทต่างคืน เช่น โรงพยาบาลชุมชน โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลศูนย์ จำนวน 1,075 แห่ง 2) สถานพยาบาลภาครัฐประเภทไม่ต่างคืน คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลศูนย์บริการสาธารณสุขต่าง ๆ จำนวน 11,077 แห่ง 3) สถานพยาบาลเอกชนประเภทต่างคืน จำนวน 411 แห่ง และ 4) สถานพยาบาลเอกชนประเภทไม่ต่างคืน คือ คลินิกต่าง ๆ จำนวน 35,223 แห่ง (กลุ่มส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานภาครัฐ, 2566) โดยรัฐมุ่งเน้นให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้มากขึ้น ตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ และ ให้สวัสดิการที่มีคุณภาพ เช่น สวัสดิการบัตรทอง สิทธิข้าราชการ และประกันสังคม เป็นต้น การซ้ำซ้อนของสิทธิและการไม่มีการจัดการระบบที่สะดวกและรวดเร็วเพื่อช่วยเหลือโรงพยาบาลรัฐในการรองรับผู้ป่วยมากมาย ได้ทำให้เกิดปัญหาทำงานที่ล่าช้า และข้อจำกัดต่าง ๆ ของโรงพยาบาลรัฐ เช่น อุปกรณ์ทางการแพทย์ไม่เพียงพอ และปัญหาการจัดการทรัพยากร ซึ่งส่งผลให้บริการล่าช้าและขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ ส่งผลให้ผู้ป่วยต้องรอนานขึ้น การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และการปฏิบัติตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงสาธารณสุข การปรับปรุงคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการต่อไป โดยจากงานวิจัยของ Kitapci et al. (2014) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ในอุตสาหกรรมสาธารณสุข ซึ่งการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการต่อไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงการวิเคราะห์และวางแผนเพื่อกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ในการจัดการองค์การ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้โรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านความพึงพอใจ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ

Lang (2011 อ้างใน Kitapci et al., 2014) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญของทั้งความพึงพอใจของลูกค้าและการสื่อสารแบบปากต่อปาก โดยความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจ สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่มาก่อนความพึงพอใจ (Murray & Howat, 2002) และคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Kuo et al., 2009) การศึกษาของ Rahmatulloh and Melinda (2021) ระบุว่า ลูกค้ามักมีคาดหวังเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ และประเมินคุณภาพของบริการโดยการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังไว้กับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง

นอกจากนี้ Lestariningsih et al. (2018) พบว่า คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลรัฐภาคอินโดนีเซีย ในขณะที่ Karsana and Murhadi (2021) พบว่า คุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในโรงพยาบาลสุซาดา อุตมะ (Husada Utama Hospital) ประเทศอินโดนีเซีย สำหรับการศึกษาของ Siripipatthanakul (2021) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยในคลินิกทันตกรรม โดยการเอาใจใส่เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 1 (H1) คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการและการสื่อสารแบบปากต่อปาก

ทฤษฎีพฤติกรรมวางแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการทำนายพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วยทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานส่วนตัวเกี่ยวกับพฤติกรรม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม การสื่อสารปากต่อปากมีบทบาทสำคัญในธุรกิจหรือการให้บริการ โดยมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในยุคปัจจุบันที่มีสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนร่วม เนื่องจากสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากถือเป็นเครื่องมือที่มีพลังและน่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาแบบอื่น ๆ หรือการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งปันความคิดเห็นหรือประสบการณ์โดยตรงจากผู้บริโภค การสื่อสารแบบนี้สามารถสร้างผลดีและผลเสียได้ตามลำดับ

การศึกษาของ Zeqiri et al. (2023) ระบุว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลบวกต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก และการแนะนำจากประสบการณ์ดีของลูกค้า นอกจากนี้ Chaniotakis and Lymperopoulos (2009) พบว่า การดูแลเอาใจใส่มีผลต่อการบอกต่ออย่างบวก ในขณะที่มิติอื่น ๆ ของคุณภาพการให้บริการเป็นผลโดยตรงหรือทางอ้อมเท่านั้น อย่างไรก็ตาม Aljuma'a (2014) พบว่า คุณภาพ

การให้บริการมีผลบวกต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและการแนะนำ โดยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในบริบทของอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพของประเทศซีเรีย สำหรับตัวอย่างเกี่ยวกับงานของสายการบิน Han et al. (2020) ได้ระบุถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการและการใส่ใจจากการบริการต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและการแนะนำในอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการใช้บริการในอนาคต จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 2 (H2) คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

Haryono et al. (2015) พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่สนามบินนานาชาติ อาติสตุตจิปโต ยอกยาการ์ตา ในขณะที่ Kadang and Sukati (2012) พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารของสายการบิน Garuda Indonesia และ Lion Air ในประเทศอินโดนีเซีย รวมถึงการศึกษาของ Saleem et al. (2017) ที่ระบุว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำในอุตสาหกรรมการบินของปากีสถาน นอกจากนี้ การศึกษาของ Sriboonlue (2022) พบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน การเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้ ส่วน Chen et al. (2019) พบว่า คุณภาพการให้บริการของสายการบินช่วยเพิ่มผลเชิงบวกของความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของบริษัท สายการบินในประเทศจีน จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 3 (H3) คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการและการสื่อสารแบบปากต่อปาก

Nguyen et al. (2021) พบว่า ความพึงพอใจและคุณค่าที่รับรู้ ส่งผลกระทบบอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ (การบอกปากต่อปากและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ) โรงพยาบาลในประเทศเวียดนาม หรืออาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ Aripin et al. (2023) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทสำคัญในการบอกต่อในบริบทของการบริการของธนาคาร และสรุปว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นภาพลักษณ์ที่ลูกค้าพึงพอใจแนะนำธนาคารให้กับครอบครัว เพื่อน และคู่ค้า รวมถึงให้คำวิจารณ์เชิงบวกผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งเชื่อมโยงกับความไว้วางใจที่เกิดจากประสบการณ์การบริการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการแนะนำธนาคารให้กับผู้อื่น จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 4 (H4) คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

Ruswanti et al. (2020) พบว่า การบอกเล่าแบบปากต่อปากและความมั่นใจของผู้ป่วยในโรงพยาบาลมีผลกระทบบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ และมีผลกระทบบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะเข้ารับการรักษาซ้ำในโรงพยาบาลปัตตาเวีย กรุงจาการ์ตาตะวันตก ประเทศอินโดนีเซีย รวมถึงการศึกษาของ Yendra (2019) พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ป่วยในอุตสาหกรรมสาธารณสุขในโรงพยาบาลของรัฐสามแห่งในเมืองปาดัง ประเทศอินโดนีเซีย ในทำนองเดียวกัน

Haryono et al. (2015) ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้าสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่สนามบินนานาชาติอติสตุจิปโต ยกยกยารค์ตา จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 5 (H5) คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

บทบาทของความพึงพอใจในการใช้บริการในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพการให้บริการและการสื่อสารแบบปากต่อปาก

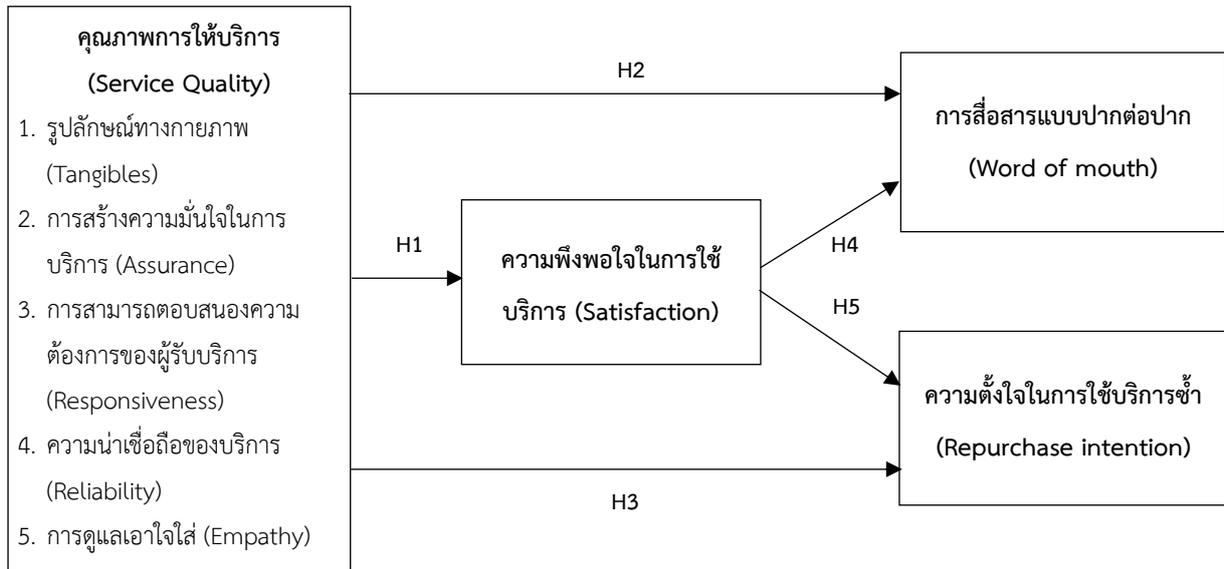
มีการศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับบทบาทของความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพการให้บริการและการสื่อสารแบบปากต่อปาก ยกตัวอย่างเช่น Siripipatthanakul (2021) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ป่วย การบอกต่อ (Word of mouth) และความตั้งใจในการกลับมาตรวจซ้ำของผู้ป่วยทันตกรรม ในคลินิกแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างคุณภาพการให้บริการและผลลัพธ์ของการบอกต่อของผู้ป่วยทันตกรรม ในทำนองเดียวกันการศึกษาของ Khoo (2020) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวทำนายที่ชัดเจนถึงความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำและการสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายความว่า ลูกค้าที่พึงพอใจมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการกับผู้ที่ให้บริการห้องร้องคาราโอเกะรายเดิม แม้ว่าจะมีทางเลือกอื่นในตลาด ส่วน Kazungu and Kubenea (2023) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในสถานบริการและการสื่อสารแบบปากต่อปากในสถาบันอุดมศึกษา พบว่า การบริการมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารแบบปากต่อปากและความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรกลาง จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 6 (H6) คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ

บทบาทของความพึงพอใจในการใช้บริการในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างคุณภาพการให้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

จากการศึกษาของ Wandebori and Pidada (2017) พบว่า ความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ดีระหว่างคุณภาพการให้บริการต่อความตั้งใจที่จะมาใช้บริการอีกครั้งของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในเดนปาซาร์ บาหลี ประเทศอินโดนีเซีย สอดคล้องกับการศึกษาของ Mahmoud et al. (2019) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างช่องว่างด้านคุณภาพการบริการ (ด้านความน่าเชื่อถือ) และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรอง COHSASA ในประเทศไนจีเรีย นอกจากนี้ การศึกษาของ Vanniarajan and Gurunathan (2009) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของลูกค้า ใน 3 อุตสาหกรรม ประเทศอินเดีย ได้แก่ โรงแรม การธนาคาร และการดูแลสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางที่มีอิทธิพลระหว่างคุณภาพการให้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ในทั้ง 3 อุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมโรงแรมมีมิติคุณภาพด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด อุตสาหกรรมธนาคารมีมิติคุณภาพด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) และอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพมีมิติคุณภาพด้านการดูแล

เอาใจใส่ (Empathy) จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 7 (H7) คือ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว จึงสามารถเขียนกรอบแนวคิดได้ดังภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาล ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอบางใหญ่) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite population) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบตามข้อเสนอจาก Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้สถิติสมการเชิงโครงสร้างซึ่ง มีความจำเป็นที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องมีตั้งแต่ 400 ขึ้นไป ตามคำแนะนำของ Yuan and Bentler (2000) และ Savalei and Bentler (2005) ดังนั้น ผู้วิจัยจะทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเติมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากมี การคัดแบบสอบถามที่มีข้อผิดพลาดออก จึงได้ขนาดตัวอย่างที่นำมาใช้ได้จำนวน 388 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือวิจัยนี้ผ่านการตรวจความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมีค่าความเที่ยงตรงระหว่าง 0.66 – 1.00 และความน่าเชื่อถือของเนื้อหาซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.985 (Hajjar, 2014) ทั้งนี้ แบบสอบถามประกอบไปด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรด้านนามบัญญัติและเรียงลำดับโดยข้อคำถามที่มีตัวเลือกที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว ในขณะที่คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้

บริการซ้ำ เป็นมาตราอันตรภาคชั้นโดยใช้ข้อความแบบ Likert Scale จำนวน 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดและ ระดับที่ 5 อยู่ในระดับที่มากที่สุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สมการโครงสร้าง โดยจะต้องผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงคู่เข้า (Convergent Validity) และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 388 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 55 สถานภาพโสด จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 55 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 49 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีสิทธิ์ในการรักษาพยาบาลเป็นสิทธิประกันสังคม จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 41 และมีเหตุผลที่เลือกมาใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลคือตามสิทธิที่ระบุในสิทธิสวัสดิการการรักษาพยาบาลของข้าราชการ/ประกันสังคม/บัตรทอง จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 45

คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาล ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาล ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
คุณภาพการให้บริการ (SQ)			
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (TAN)	3.98	0.711	เห็นด้วยมาก
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (ASR)	4.01	0.759	เห็นด้วยมาก
ด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (RPSN)	3.75	0.894	เห็นด้วยมาก
ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ (RLBT)	3.87	0.754	เห็นด้วยมาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (EPT)	3.85	0.834	เห็นด้วยมาก
ความพึงพอใจ (CS)	3.83	0.780	พึงพอใจมาก
การสื่อสารแบบปากต่อปาก (WOM)	3.78	0.820	เห็นด้วยมาก
ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ (RI)	3.78	0.858	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล รัฐบาล ในด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการสามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ อยู่ในระดับเห็นด้วย มาก รวมถึงตัวแปรความพึงพอใจการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.780 ตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และมีส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.820 สุดท้ายตัวแปรความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.858

การประเมินแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model)

การประเมินแบบจำลองโครงสร้าง มีขึ้นเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของตัวบ่งชี้ (Item Reliability) ความน่าเชื่อถือของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) ความเที่ยงตรงเชิงกลุ่มเข้า ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก และการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

ตารางที่ 2 นำหนักองค์ประกอบ สัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบัก ความเที่ยงประกอบ และความแปรปรวน ที่สกัดได้เฉลี่ย

ข้อ	ประเด็น	ตัวบ่งชี้	น้ำหนัก องค์ประกอบ	CA	CR	AVE
คุณภาพการให้บริการ (SQ)				0.955	0.955	0.846
ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (TAN)						
1	สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลสามารถเดินทางมาได้สะดวก	TAN1	0.706			
2	เจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในโรงพยาบาลแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย	TAN2	0.819			
3	มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ รถเข็น ฯลฯ	TAN3	0.832			
4	เครื่องมือและอุปกรณ์ด้านการแพทย์ที่ใช้ใน การให้บริการ มีความพร้อมและครบถ้วน	TAN4	0.871			
5	ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น จุด/ช่อง สำหรับการให้บริการมีความเหมาะสม	TAN5	0.866			
6	การติดต่อแผนกต่าง ๆ มีความสะดวกในการเข้าถึง ไม่ซับซ้อน	TAN6	0.856			

ตารางที่ 2 น้ำหนักองค์ประกอบ สัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบัก ความเที่ยงประกอบ และความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (ต่อ)

ข้อ	ประเด็น	ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	CA	CR	AVE
ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ (ASR)						
7	เจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในโรงพยาบาลปฏิบัติต่อคนไข้และผู้รับบริการด้วยความสุภาพ และให้ความเป็นส่วนตัว	ASR1	0.856			
8	มีเจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลที่มีทักษะความรู้และความเชี่ยวชาญ	ASR2	0.877			
9	โรงพยาบาลมีชื่อเสียงในด้านการรักษาพยาบาล	ASR3	0.879			
10	ท่านรู้สึกมั่นใจเมื่อเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล	ASR4	0.906			
ด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (RPSN)						
11	ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับบริการอยู่ในระดับที่ยอมรับได้	RPSN1	0.878			
12	มีกระบวนการรักษาที่รวดเร็ว สะดวก	RPSN2	0.896			
13	เจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการได้อย่างทั่วถึงทันทั่วถึง ทำให้เกิดความไว้วางใจ	RPSN3	0.924			
14	เจ้าหน้าที่และบุคลากรอธิบาย ชี้แจงและแนะนำขั้นตอนในการ ให้บริการอย่างชัดเจน	RPSN4	0.872			
15	เจ้าหน้าที่และบุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ	RPSN5	0.894			
ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ (RLBT)						
16	มีการให้บริการอย่างครบถ้วน มีความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี	RLBT1	0.913			
17	ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโรค และการรักษาของตนอย่างเพียงพอ	RLBT2	0.914			
18	ท่านได้รับการบริการจากโรงพยาบาลตามที่ท่านคาดหวัง	RLBT3	0.908			
19	โรงพยาบาลแห่งนี้สามารถเป็นที่พึ่งพิงให้กับท่านได้	RLBT4	0.895			
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (EPT)						
20	เจ้าหน้าที่และบุคลากรตั้งใจรับฟังการบอกเล่าอาการของผู้รับบริการ	EPT1	0.938			
21	เจ้าหน้าที่และบุคลากรเอาใจใส่และรับฟังความต้องการของผู้รับบริการ	EPT2	0.929			
22	เจ้าหน้าที่และบุคลากรให้การบริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ	EPT3	0.934			

ตารางที่ 2 น้ำหนักองค์ประกอบ สัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบัก ความเที่ยงประกอบ และความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (ต่อ)

ข้อ	ประเด็น	ตัวบ่งชี้	น้ำหนักองค์ประกอบ	CA	CR	AVE
ความพึงพอใจ (CS)				0.927	0.928	0.820
23	ท่านมีความพึงพอใจต่อผลการรักษา/การติดตามอาการของแพทย์	CS1	0.883			
24	คุณภาพการให้บริการที่ได้รับตรงกับความคาดหวังของท่าน	CS2	0.922			
25	ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลที่เลือกรับบริการ	CS3	0.919			
26	ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้น	CS4	0.898			
การสื่อสารแบบปากต่อปาก (WOM)				0.930	0.930	0.826
27	ท่านสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวเลือกใช้บริการโรงพยาบาลที่ท่านเข้ารับบริการ	WOM1	0.910			
28	ท่านแนะนำโรงพยาบาลที่ท่านเลือกรับบริการทุกครั้งเมื่อมีผู้ขอคำแนะนำ	WOM2	0.908			
29	หากมีการกล่าวถึงโรงพยาบาลที่ท่านเลือกรับบริการในการสนทนา ท่านจะแนะนำเสมอ	WOM3	0.915			
30	ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์การใช้บริการโรงพยาบาลที่เลือกรับบริการต่อผู้อื่น	WOM4	0.902			
ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ (RI)				0.954	0.955	0.844
31	ท่านจะใช้บริการโรงพยาบาลนี้ หากต้องการการรักษาพยาบาลในอนาคต	RI1	0.917			
32	โรงพยาบาลที่เลือกรับบริการจะเป็นตัวเลือกแรกสำหรับการรักษาพยาบาลในครั้งต่อไป	RI2	0.899			
33	ประสบการณ์จากโรงพยาบาลที่เลือกรับบริการทำให้ท่านกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน	RI3	0.931			
34	ท่านมีความเต็มใจที่จะใช้บริการโรงพยาบาลที่เลือกรับบริการอีกครั้ง	RI4	0.927			
35	ถึงแม้ว่าจะมีโรงพยาบาลตัวเลือกอื่นมากมาย ท่านก็จะเลือกโรงพยาบาลนี้	RI5	0.919			

ตารางที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ในแบบจำลอง พบว่า มีค่า อยู่ระหว่าง 0.706 ถึง 0.938 ซึ่งมากกว่าค่าขั้นต่ำที่ 0.50 (Peterson, 2000; Bagozzi & Yi, 2012) แสดงว่าตัวแปรแฝงทุกตัวในแบบจำลองมีค่าความเที่ยงของตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ดี ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบัก (Cronbach's Alpha

Coefficient: CA) ของแต่ละโครงสร้าง อยู่ในช่วงระหว่าง 0.927 ถึง 0.955 ซึ่งหมายความว่า โครงสร้างทั้งหมดมีค่าเชื่อถือได้ตามค่ามาตรฐานที่แนะนำคือ 0.70 (Fornell & Larcker, 1981) ค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability: CR) ของตัวแปรแต่ละตัวในแบบจำลองมีค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของ Nunnally and Bernstein (1994) ที่กำหนดไว้สำหรับการทดสอบความเที่ยงของตัวแปรแฝงในงานวิจัยพื้นฐาน ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ของตัวแปรแต่ละตัวในโมเดลการวัดนี้สูงกว่าค่าขั้นต่ำที่ 0.5 สอดคล้องกับคำแนะนำของ Bagozzi and Yi (1988) แสดงว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ได้มากกว่าร้อยละ 50 หรือมีความเที่ยงตรงเชิงกลุ่มอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) วัดด้วยเกณฑ์ Heterotrait-Monotrait Correlation Ratio (HTMT)

	CS	RI	SQ	WOM
CS				
RI	0.878			
SQ	0.861	0.826		
WOM	0.860	0.900	0.817	

ตารางที่ 4 ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) วัดด้วยเกณฑ์ Cross Loading

		TAN	ASR	RPSN	RLBT	EPT	CS
TAN	Correlation	1	0.834**	0.795**	0.797**	0.789**	0.706**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
ASR	Correlation	0.834**	1	0.772**	0.819**	0.813**	0.772**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
RPSN	Correlation	0.795**	0.772**	1	0.812**	0.836**	0.734**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
RLBT	Correlation	0.797**	0.819**	0.812**	1	0.811**	0.765**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
EPT	Correlation	0.789**	0.813**	0.836**	0.811**	1	0.749**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
CS	Correlation	0.706**	0.772**	0.734**	0.765**	0.749**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	

หมายเหตุ: ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

การทดสอบความตรงเชิงจำแนกโดยใช้เกณฑ์ของอัตราส่วน Heterotrait Monotrait (HTMT) จากตารางที่ 3 มีค่าระหว่าง 0.817 – 0.900 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.9 ตามเกณฑ์แนะนำของ Henseler et al. (2015)

แสดงว่า มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกในระดับดี และจากตารางที่ 4 การทดสอบความตรงเชิงจำแนกด้วยเกณฑ์ค่าน้ำหนักไขว้ เป็นการทดสอบโดยพิจารณา ค่าความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงนั้นกับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดกับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดล ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมิติของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (Service quality) กับความพึงพอใจในการใช้บริการ (Satisfaction) เมื่อพิจารณาค่า Sig. (2-tailed) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยตัวแปรคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 มิติ มีความสัมพันธ์ Correlation กับความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ระหว่าง 0.706 - 0.772 ซึ่งมีค่าไม่เกินเกณฑ์ 0.8 แสดงว่าตัวแปรคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ได้มีความสัมพันธ์ที่เกินกว่าเกณฑ์

ตารางที่ 5 ค่า Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF)

ตัวแปร	ค่า Tolerance	VIF
TAN	0.237	4.222
ASR	0.218	4.586
RPSN	0.231	4.330
RLBT	0.231	4.325
EPT	0.218	4.580

หมายเหตุ: ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ พิจารณาว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทดสอบความเป็นอิสระต่อกันระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (Service quality) กับความพึงพอใจในการใช้บริการ (Satisfaction) โดยการตรวจสอบเงื่อนไขนี้จะตรวจสอบโดยใช้ค่าสถิติ คือ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า ค่า Tolerance ทุกตัวมีค่าเกิน 0.2 และค่า VIF ทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 5 ตามคำแนะนำของ Hair et al. (2013) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหรือมีความเป็นอิสระจากกัน

การวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักมาตรฐาน (Path Coefficients) ค่า t-value และค่า p-value

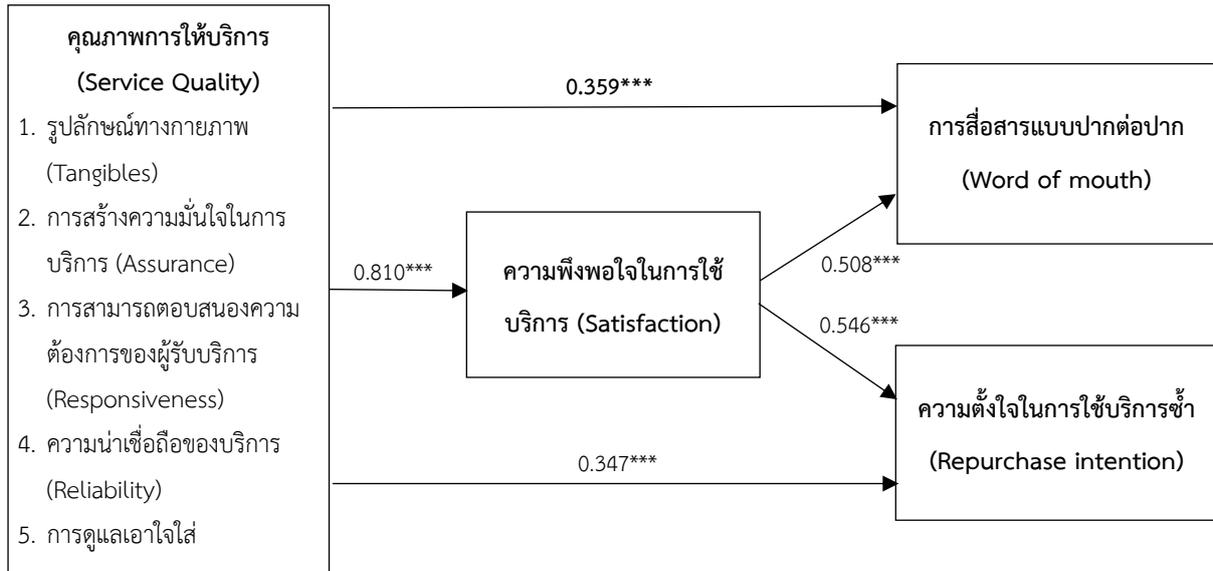
Hypothesis	Path coefficients (β)	t statistics	P values	ผลลัพธ์	
Direct Effects					
1	SQ -> CS	0.810***	30.702	0.000	สนับสนุน
2	SQ -> WOM	0.359***	5.013	0.000	สนับสนุน
3	SQ -> RI	0.347***	4.655	0.000	สนับสนุน
4	CS -> WOM	0.508***	7.250	0.000	สนับสนุน
5	CS -> RI	0.546***	7.894	0.000	สนับสนุน

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักมาตรฐาน (Path Coefficients) ค่า t-value และค่า p-value (ต่อ)

Hypothesis	Path coefficients (β)	t statistics	P values	ผลลัพธ์	
Indirect Effects					
6	SQ -> CS -> WOM	0.411***	6.902	0.000	สนับสนุน
7	SQ -> CS -> RI	0.442***	7.366	0.000	สนับสนุน
Total Effects					
	SQ -> WOM	0.771***	28.359	0.000	
	SQ -> RI	0.789***	27.999	0.000	

หมายเหตุ: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$ (two-tailed test)

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาแบบจำลองโครงสร้างแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ($\beta = 0.810$, $p < 0.001$) มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และยังพบว่า คุณภาพการให้บริการ ($\beta = 0.359$, $p < 0.001$) และความพึงพอใจในการใช้บริการ ($\beta = 0.508$, $p < 0.001$) มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และ 4 รวมถึงแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ($\beta = 0.347$, $p < 0.001$) และความพึงพอใจในการใช้บริการ ($\beta = 0.546$, $p < 0.001$) มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการด้วย ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 และ 5 จากตารางในส่วนผลกระทบทางอ้อม (Indirect effects) แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทในฐานะเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีผลให้ขนาดผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากเพิ่มขึ้น (จาก $\beta = 0.359$ เป็น $\beta = 0.411$) และยังมีผลให้ขนาดผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น (จาก $\beta = 0.347$ เป็น $\beta = 0.442$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Full mediation) กล่าวคือ ตัวแปรส่งผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล ช่วยให้คุณภาพการให้บริการส่งผลถึงการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ ($\beta = 0.411$, $p < 0.001$) และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ ($\beta = 0.442$, $p < 0.001$) ได้สมบูรณ์ขึ้น ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 6 และ 7 นอกจากนี้ ผลกระทบรวมจากคุณภาพการให้บริการต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำคือ 0.771 และ 0.789 ตามลำดับ



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบแบบจำลองโครงสร้างของกรอบแนวคิด

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยระบุว่า คุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับการศึกษาของ Choi (2020) เรื่องผลของคุณภาพบริการทางการแพทย์ที่รับรู้ต่อผู้ป่วย ความพึงพอใจ ชื่อเสียง และความภักดีของโรงพยาบาล ในประเทศเกาหลีใต้ ที่พบว่า คุณภาพการบริการทางการแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด และความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อชื่อเสียงและความภักดี และ Siripipatthanakul (2021) ที่พบว่า คุณภาพของบริการมีผลกระทบอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า และคุณภาพการให้บริการที่ดีจะช่วยตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าได้ ผลการวิจัยยังพบว่า คุณภาพการให้บริการก็มีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับการศึกษาของ Han et al. (2020) ซึ่งพบว่า คุณภาพการบริการของสายการบินมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมากต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก ในอุตสาหกรรมการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบของประเทศเกาหลีใต้ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Aljumaa (2014) ที่พบว่า คุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกโดยตรงต่อการบอกต่อของอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพของประเทศซีเรีย นอกจากนี้ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับการศึกษาของ Chen et al. (2019) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการของสายการบินช่วยเพิ่มผลเชิงบวกของความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของบริษัทสายการบิน และ Sriboonlue (2022) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของคุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินข้ามชาติ ก็พบว่า คุณภาพการบริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

ต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าเช่นกัน จึงสามารถกล่าวได้ว่า เมื่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ก็จะเพิ่มขึ้น

ความพึงพอใจในการใช้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับการศึกษาของ Nguyen et al. (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจและคุณค่าที่รับรู้ ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ (การบอกปากต่อปากและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ) โรงพยาบาลในประเทศเวียดนาม และยังสอดคล้องกับ Aripin et al. (2023) ซึ่งศึกษาในอุตสาหกรรมการธนาคาร และพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีส่วนสำคัญต่อการบอกต่อในบริบทของการบริการของธนาคาร เมื่อลูกค้าพอใจกับบริการของธนาคาร ก็มักจะแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกกับผู้อื่นผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Saragih et al., 2022) นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการใช้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับ Yendra (2019) ที่ระบุว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ป่วยในโรงพยาบาลของรัฐ ประเทศอินโดนีเซีย เช่นเดียวกับ Ruswanti et al. (2020) ที่พบว่า การบอกเล่าแบบปากต่อปากและความมั่นใจของผู้ป่วยในโรงพยาบาลมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ และมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะเข้ารับการรักษาซ้ำในโรงพยาบาลปัตตาเวีย กรุงจาการ์ตาตะวันตก ประเทศอินโดนีเซีย

คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ใช้บริการ ผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Siripipatthanakul (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างคุณภาพการให้บริการและผลลัพธ์ของการบอกต่อของผู้ป่วยทันตกรรม และการศึกษาของ Aripin et al. (2023) ที่ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการของธนาคารที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบอกต่อ และพบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารมีอิทธิพลอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากในเชิงบวก นอกจากนี้ คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ผ่านความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ กับ Wandebori and Pidada (2017) และ Mahmoud et al. (2019) ที่พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างช่องว่างด้านคุณภาพการบริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชน โดยเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และจากการพิจารณาตามค่าน้ำหนักมาตรฐาน สามารถกล่าวได้ว่า เมื่อผู้ให้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้โรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาล ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านการสร้างความมั่นใจในการบริการ ด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจ

ในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่โรงพยาบาลควรให้ความสำคัญ และสร้างการตระหนักรู้ให้กับทุก ๆ กระบวนการ เช่น ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ควรเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ด้านการแพทย์ที่ใช้ในการให้บริการให้มีความพร้อมและครบถ้วนในการรักษา

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ต้องให้ความสนใจมากขึ้น เช่น ให้ความสำคัญต่อผลการรักษาและการติดตามอาการของผู้ป่วย เป็นต้น การทำให้ลูกค้าพึงพอใจจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ นำไปสู่การสื่อสารแบบปากต่อปากที่ดี และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก และความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิจัยและการอภิปรายข้างต้น องค์กรที่เกี่ยวข้องกับระบบการให้บริการสาธารณสุขสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการวางแผนปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการดูแลอย่างทั่วถึงและเป็นไปตามเป้าหมายการปฏิบัติตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงสาธารณสุข ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลให้ดียิ่งขึ้น

2. งานวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายผลการศึกษาไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่มากขึ้น

3. งานวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบในด้านคุณภาพการให้บริการระหว่างโรงพยาบาลรัฐและเอกชน รวมทั้งอาจมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพในเชิงบวก เช่น ปัจจัยความภักดีของลูกค้า ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น

4. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนความต้องการที่อยากให้ทางโรงพยาบาลเพิ่มเติมการให้บริการ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้และพัฒนาการบริการของโรงพยาบาลให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานภาครัฐ. (2566). ข้อมูล ความรู้ บทวิเคราะห์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรม การแพทย์ของประเทศไทย ชุดที่ 1 ประจำปี ประมาณ 2566.

https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-content/uploads/2023/05/บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการแพทย์ฯ-2566.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2564). **รู้จักและเข้าใจ: สิทธิด้านสุขภาพ.**

<https://www.nationalhealth.or.th/en/node/2129>.

Aljumaa, A. (2014). Investigating the mediating effect of customer satisfaction in the service quality–word of mouth relationship. **International Journal of Business and Management Invention, 3**(3), 40-44.

Aripin, Z., Paramarta, V., Saepudin, D., & Yuliaty, F. (2023). The impact of bank service quality on satisfaction that impacts word of mouth promotion. **Jurnal Syntax Admiration, 4**(8), 1127-1141.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. **Journal of the Academy of Marketing Science, 40**(1), 8-34.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. **Journal of the Academy of Marketing Science, 16**(1), 74-94.

Chaniotakis, I. E., & Lympelopoulou, C. (2009). Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry. **Managing Service Quality: An International Journal, 19**(2), 229-242.

Chen, L., Li, Y. Q., & Liu, C. H. (2019). How airline service quality determines the quantity of repurchase intention-mediate and moderate effects of brand quality and perceived value. **Journal of Air Transport Management, 75**, 185-197.

Choi, U. K. (2020). The effects of perceived medical service quality on patient satisfaction, hospital's reputation and loyalty. **Journal of the Korea Society of Computer and Information, 25**(1), 177-185.

Cochran, W. (1953). **Sampling techniques**. John Wiley & Sons. Inc.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics, **Journal of Marketing Research, 18**(3), 382-388.

Hair, J. F., C. M. Ringle, & M. Sarstedt. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. **Long Range Planning, 46**(1-2), 1-12.

Hajjar, S. T. (2014). A statistical study to develop a reliable scale to evaluate instructors within higher institution. **WSEAS Transactions on Mathematics, 13**, 885-894.

Han, H., Al-Ansi, A., Chi, X., Baek, H., & Lee, K. S. (2020). Impact of environmental CSR, service quality, emotional attachment, and price perception on word-of-mouth for full-service airlines. **Sustainability, 12**(10), 3974.

- Haryono, S., & Suharyono, F., & Suyadi, I. (2015). The effects of service quality on customer satisfaction, customer delight, trust, repurchase intention, and word of mouth. **European Journal of Business and Management**, 7(12), 36-48.
- Henseler, J., C. M. Ringle, & M. Sarstedt. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 43(1), 115–135.
- Kadang, H., & Sukati, I. (2012). A study of service quality: An empirical investigation of Indonesian airlines services. **South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics and Law**, 1, 101-107.
- Karsana, W. & W. R. Murhadi. (2021). Effect of service quality and patient satisfaction on behavioral intention. **Journal of Entrepreneurship and Business**, 2(1), 25-36.
- Kazungu, I., & Kubenea, H. (2023). Customer satisfaction as a mediator of service facility and word of mouth in higher learning institutions. **Journal of Applied Research in Higher Education**, 15(5), 1649-1663.
- Khoo, K. L. (2020). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: Evidence from the KTV industry. **PSU Research Review**, 6(2), 105-119.
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Dortyol, İ. T. (2014). The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, repurchase intentions and word-of-mouth communication in the public healthcare industry. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 148, 161-169.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. **Computers in Human Behavior**, 25(4), 887-896.
- Lang, B. (2011). How word of mouth communication varies across service encounters. **Managing Service Quality: An International Journal**, 21(6), 583-598.
- Lestariningsih, T., E. Hadiyati, & R. Astuti. (2018). Study of service quality and patient satisfaction to trust and loyalty in public hospital, Indonesia. **International Journal of Business Marketing and Management**, 3(2), 1-12.
- Mahmoud, A. B., T. Ekwere, L. Fuxman, & A. A. Meero. (2019). Assessing patients' perception of health care service quality offered by COHSASA-accredited hospitals in Nigeria. **Sage Open**, 9(2), 2158244019852480.

- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. **Sport Management Review**, 5(1), 25-43.
- Nguyen, N. X., K. Tran, & T. A. Nguyen. (2021). Impact of service quality on in-patients' satisfaction, perceived value, and customer loyalty: A mixed-methods study from a developing country. **Patient Preference and Adherence**, 15, 2523-2538.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. McGraw-Hill.
- Peterson, R. A. (2000). A meta-analysis of variance accounted for and factor loadings in exploratory factor analysis. **Marketing Letters**, 11, 261-275.
- Rahmatulloh, M. Z. A., & Melinda, T. (2021). Analysis of the effect of service quality and customer satisfaction on the repurchase intention, word of mouth and customer retention for party equipment rental "Suyono" in Surabaya. **KnE Social Sciences**, 5(5), 46-56.
- Ruswanti, E., A. Eff, & M. Kusumawati. (2020). Word of mouth, trust, satisfaction, and effect of repurchase intention to Batavia hospital in west Jakarta, Indonesia. **Management Science Letters**, 10(2), 265-270.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions—the case of Pakistan airline industry. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, 29(5), 1136-1159.
- Saragih, R., Liu, R., Putri, C. A., Fakhri, M., & Pradana, M. (2022). The role of loyalty and satisfaction in forming word-of-mouth influence in a B2B environment: Evidence from the knitting industry of Indonesia. **Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)**, 9(3), 543-553.
- Savalei, V., & Bentler, P. M. (2005). A statistically justified pairwise ML method for incomplete nonnormal data: A comparison with direct ML and pairwise ADF. **Structural Equation Modeling**, 12(2), 183-214.
- Siripatthanakul, S. (2021). Service quality, patient satisfaction, word-of-Mouth, and revisit intention in a dental clinic, Thailand. **International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)**, 5(5), 832-841.
- Sriboonlue, O. (2022). The effects of service quality and customer engagement on repurchase intention in multinational airline services. **Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal**, 5(1), 116-132.

- Vanniarajan, T. & P. Gurunathan. (2009). Evaluation of linkage between service quality, customer satisfaction and repurchase intentions: An application of SEM. **Asia Pacific Business Review**, 5(4), 108-118.
- Wandebori, H. & I. A. A. P. Pidada. (2017). Revisit intention to hospital: Factors unveiled from a case study of Balimed Hospital. **J Manaj Teor dan Terap**, 10(3), 205-216.
- World Health Organization. (1946). **Constitution of the World Health Organization**. <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/EN/constitution-en.pdf>.
- Yendra, N. (2019). Impact of service quality dimensions on patient satisfaction and repurchase intentions in the public health industry. **Third Padang International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)**. Atlantis Press, 372-381.
- Yuan, K., & Bentler, P. (2000). Three likelihood-based methods for mean and covariance structure analysis with nonnormal missing data. **Sociological Methodology**, 30(1), 165-200.
- Zeqiri, J., Dania, T. R., Adriana, L. T. D., Gagica, K., & Gleason, K. (2023). The impact of e-service quality on word of mouth: A higher education context. **The International Journal of Management Education**, 21(3), 100850.