

CUSTOMER SATISFACTION AND WORD OF MOUTH TOWARDS ONLINE TAXI PROVIDERS: A CASE STUDY OF GRAB AND UBER

Chatbongkot Cheewathanakornkul* and Chanita Jiratchot**
Assumption University of Thailand

ABSTRACT

The first objective of this research is to analyze the main factors influencing customer satisfaction, including service quality, self-service technology, and price. Without any one of these factors, the customers might not fully be satisfied with the services of the online taxi providers who are the focus of this case study. The second objective is to examine the relationship between customer satisfaction and word of mouth perceptions.

Yamane's theory is used to determine the sample size. Reliability and Factor Analysis have been tested. The results found are based on a questionnaire, the respondents being GRAB and UBER taxi users who live in Bangkok and provinces nearby. The research hypotheses are related to factors that would lead to Satisfaction and Word of Mouth, and include demographics.

The two companies should focus on these satisfaction factors to increase their service quality. The younger customers tend to perceive Assurance and Self Service Technology as higher than do the other age groups. However, the companies should also focus on the older generation of customers which perceive less satisfaction than the younger customers. Also, these companies should focus more on customers who pay by cash, as this group perceive satisfaction lower than customers who pay by credit card or other methods such as Grab Pay.

Moreover, the companies should use safety as their strength, because younger customers and customers who use the service at night, perceive the highest satisfaction. The platform of digital

Keywords: Customer satisfaction, Word of mouth, Online taxi providers

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ารวมทั้งคุณภาพของเทคโนโลยีการบริการตนเองและราคาปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งส่งผลต่อความไม่พอใจต่อการบริการของผู้ให้บริการรถแท็กซี่ออนไลน์อย่างเต็มที่วัตถุประสงค์ต่อมาเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและการบอกต่อ งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎี Yamane เพื่อกำหนดจำนวนตัวอย่างคุณภาพของการบริการเทคโนโลยีการบริการตนเองความเป็นธรรมชาติของราคาและเวลารอคอยโดยประมาณซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าและมีผลต่อการบอกต่อผลที่ได้จากแบบสอบถามมาจากผู้ใช้บริการแกร็บ และอุเบอร์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดโดยรอบสมมติฐานของงานวิจัยชิ้นนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านข้อมูลที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจและการบอกต่อรวมทั้งภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

*This is a much condensed version of Chatbongkot's thesis in part fulfillment of the requirements for the degree of MSc SCM at Assumption University. Email: chatbongkot1989@hotmail.com

** Dr. Chanita is her advisor. Email: chanitasry@msme.au.edu

จากผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของการบริการเทคโนโลยีการบริการตนเองความเป็นธรรมของราคาส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นบริษัทควรให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการบริการในมุมมองลูกค้าลูกค้าที่อายุน้อยมีแนวโน้มที่จะเน้นเรื่องความปลอดภัยและเทคโนโลยีการบริการตนเองมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความพึงพอใจต่อการบริการต่ำกว่ากลุ่มอื่น ในขณะที่เดียวกันบริษัทควรให้ความสำคัญกับลูกค้าที่ชำระเงินด้วยเงินสดมากขึ้น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีความพึงพอใจต่ำกว่าลูกค้าที่ชำระด้วยบัตรเครดิตหรือวิธีการอื่น ๆ เช่น Grab Pay อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ไม่ได้มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในการบริการ เช่น เพศและอายุ ดังนั้นบริษัทอาจไม่จำเป็นต้องให้ความสนใจกับประเด็นเหล่านี้มากนัก

INTRODUCTION

It can be said that technology has been used by people since it was invented. Almost everyone now has his or her own mobile phone. At a very young age, children start using mobile phones. In old age, people learn how to use the mobile phone, too. The mobile phone has undeniably become a part of human's life. Mobile phones come with many new technologies making people's life easier. Online taxi hire is one of the applications which have been developed for taxi users. Users can call taxi from their mobile phones, with only a few steps.

The first objective of this thesis is to analyze the factors influencing customer satisfaction, including service quality, self-service technology, estimated waiting time, and perceived price fairness. These factors are believed to be the main factors influencing customer satisfaction. Without any one of these factors, customers might not fully be satisfied with the services of online taxi providers. The second objective is to examine the relationship between customer satisfaction and word of mouth. Customers who are satisfied with the service might recommend others to use it, more than those who feel average about the service. Unsatisfied customers might keep quiet about the service or they might spread their bad experiences to others. This thesis has aimed to find the relationship between these independent variables and dependent variables. The last objective of this study is to investigate the trend of online taxi users. It is interesting to know who the regular passengers of online taxi providers are, what makes them loyal passengers, and whether or not they recommend these online services to others.

The study has focused on the factors influencing customer satisfaction and word of mouth from people who use GRAB and UBER services in Bangkok and in the provinces nearby. The target groups to answer the questionnaire were those who have used both GRAB and UBER services, in order to compare how good these two applications are in servicing their customers. The research is questionnaire based, focusing on respondents who frequently use taxis. The target groups are taxi users who live in Bangkok and use the service of online taxi providers in their everyday life. The questionnaire uses a 5-point Likert scale (ranging from 1:strongly disagree, to 5:strongly agree), which was developed to numerically examine the research hypotheses. Questionnaires were distributed by the researcher through online social networks.