

บรรณานุกรม

- กฤษณา รัตนพุกฤษ. (2549). การตลาดบริการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกษมพจน์ ชนาทจวิสิฐสุ. (2554). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและแรงจูงใจภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยางเอสทีซีของลูกค้า ในเขตนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกฤตา นาคนิยม. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เฮลโหลคิตตี้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นัทรพร เสมอใจ. (2549). การจัดการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรส (1989).
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- ธีรภัศ อ่วมอ้อมคำ. (2551). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถเช่าของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญบา วงษา. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร และคุณลักษณะของผู้นำเสนอสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดพิษณุโลก. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิบูล ทิปะปาล. (2545). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์
- มไหศวรรย์ มัทธนาภิวัดน์. (2553). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำข้าวกล้องงอกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย “มสช. วิจัย ประจำปี 2554. 300-310
- มานิต รัตนสุวรรณ, สมฤดีศรีจรรยา. (2554). ยุทธศาสตร์การตลาด. กรุงเทพฯ: สุขุมวิทการพิมพ์.
- ลฎาภา พูลเกษม. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขารังสิต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์และสุกรเสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: วิถีทัศน์พัฒนา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร.
- สืบชาติ อันทะไชย. (2552). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกรัตน์ เพชรรัตน์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อตู้กดน้ำของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2), 1-8
- Best, J. W. (1977). Research in Education. (3rd ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- MaGrath, A. J. (1986). When Marketing Services, 4Ps Are Not Enough. Business Horizons, 29, 45-50.
- Yamane, T. (1967). Elementary Sampling Theory. New Jersey: Prentice - Hall.
- Wheelen L.Thomas, and Hunger J. David. 2012. Strategic management and business policy: Toward Global Sustainability. 13th Edition. Pearson Education.