

## บรรณานุกรม

- เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์. (2551). **การจัดการทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). บทบาทนักประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่  
ตอนที่ 1. **พัฒนาเทคนิคศึกษา**. 20 (65): 42-51.
- จรินทร์ ธนาศิลป์กุล. (2545). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จักรพันธ์ ตันทัตย์. (2558). **ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษต่อความ  
ภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็คซี่กีฬา**. การค้นคว้าอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการ  
บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฐิตินัน บุญภาพ ค่อมมอน. (2556). **บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคม  
และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. รายงานการวิจัยฉบับ  
สมบูรณ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ณัฐธิดา โพธิ์ประเสริฐ. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อ  
สติ๊กเกอร์ไลน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2537). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- ทัชชา ไชยแสงคำ. (2559). **อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ  
และภาพลักษณ์องค์การต่อ ความไวเนื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ ความผูกพัน การ  
บอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดสินทรัพย์นครลิสซิ่ง**.  
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัชพล ไบบัวเทศ. (2556). **ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดี  
ของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). *Brandage on Branding*. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์.
- นันทินี ทิพย์ประไพ. (2558). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันของกลุ่มอาชีพพนักงานสำนักงานที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานที่พิกผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนซ้ำในครั้งถัดไป**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บงกช ชื่นกลิ่น. (2546). **ความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์ญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปารเมศ รงค์พันธุ์. (2554). **กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่: กรณีศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบรายเดือน บริษัท ไทเทิล แอ็ค เซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปีเตอร์ รักรธรรม. (2558). **โซเชียลมีเดียเพื่อการบริหารธุรกิจ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผกาพันธุ์ อยู่ไทย. (2546). **การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุค 3 จี**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). **ทัศนคติ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ วิวิธนาภรณ์. (2557). **ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อยูเซอรินในโรงพยาบาลเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้นเพลซ**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภัทสรนันท์ อเนกธรรมกุล. (2553). **ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณาการศึกษาเฉพาะบุคคล**. การศึกษาอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- มารีญา ไชยเศรษฐ์. (2546). **ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทยทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มาลินี มาลีคล้าย. (2554). **การรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า อิซิตันในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รติรัตน์ ศฤกรกรม. (2553). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- รัตน์สินี ออมสินสมบุญ. (2559). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันประเภทการคมนาคมขนส่งทางบก**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฤทัย เตชะบุญเทพภรณ์. (2554). **แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุค (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วงศ์ภัทร พิบูลชนเกียรติ. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2553). **การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่12)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีณา ไชยศิริรุ่งกุล. (2554). **Customer Loyalty**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จากเว็บไซต์: [http://www2.ftpi.or.th/dwnld/pworld/pw42/42\\_customer\\_loyalty.pdf](http://www2.ftpi.or.th/dwnld/pworld/pw42/42_customer_loyalty.pdf).
- วุฒิกิจ ตูลาพันธุ์. (2559). **ความภักดีในตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาแบรนด์เกาหลี**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุพิน ปัญญามาก. (2516). การวางแผนงานประชาสัมพันธ์โครงการ. วารสารสื่อสารมวลชน. หน้า 27-28.
- สันติ ธรรมชาติ. (2545). สุขภาพจิตในการทำงานพฤติกรรมสุขภาพและความพึงพอใจในงานของผู้บริหารธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาพลศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สิริสุดา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สุนีรัตน์ จิรเกียรติกร. (2551). ศึกษาเรื่อง การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของ ผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). **ทัศนคติ**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://regthehero.blogspot.com/2013/01/attitude.html>.
- สุวรรณา เพ็ญมานะ. (2556). ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ดวงกมล สมัย.
- หทัยกานต์ อินทรสมบัติ. (2558). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา คุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ และคุณภาพการให้บริการต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อของลูกค้า และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า โรงแรม เดอ พาสคานี รีสอร์ท หัวหิน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หทัยรัตน์ หนูแดง. (2555). การรับรู้และทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิศักดิ์ อัจฉนันท์. (2557). **รู้หรือไม่โมบายแอปพลิเคชันคืออะไร!!? และวิธีสังเกตแอปฯปลอมทำได้อย่างไร?**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://news.siamphone.com/news-17863.html>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อารีย์รัตน์ หมั่นหาทรัพย์. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการออกนอกระบบและความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนโรงพยาบาลศิริราช**. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Asmaveestar. (2562). **สื่อใหม่ ไร้พรหมแดน**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จากเว็บไซต์: <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=1022742>.
- Bernays, E. L. (1955). **The Engineering of consent**. Norman: University of Oklahoma.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). **Effective public relations** (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Edward L. Bernays. (2562). **ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จากเว็บไซต์: [http://www.research-system.siam.edu/images/AiySoshy/5702/07/05\\_ch2.pdf](http://www.research-system.siam.edu/images/AiySoshy/5702/07/05_ch2.pdf).
- Gerpott, T. J., Rams, W., & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market. **Telecommunications Policy**, 25 (4): 249-269.
- Gronroos, C. (2000). **Service management and marketing: A customer relationship management approach**. Chichester: Wiley.
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management** (The Millennium edition). New Jersey: Prentice-Hall.
- Mittal, V., & Kamakura, W.A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics. **Journal of Marketing Research**, 80 (1): 42-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality. **Journal of Marketing**.
- Turkel, S. (1999). Cyberspace and Identity. **Contemporary Sociology**. 28 (6): 643-648.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Ault, P. H., & Agee, W. K.. (2003). **Public relations: Strategies and tactics** (7th ed.). Boston: Allyn & Bacon.