

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์. (2527). การศึกษาบุคคลเป็นรายกรณี (Case Study): เอกสารคำสอน. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กรกนก มีประเสริฐวาจา. (2551). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรรณา วันดี. (2556) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่มีกรมธรรม์ประกันชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เกตน์นิภา พรหมสิทธิ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของ บ.อยุธยา อลิอันซ์ ซีพี สาขาพิชัยสงคราม อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จรัสลักษณ์ อุทรัพย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จารุมน ด้านศิริกุล. (2556). การศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จำเนียร ชวงโชติ และคณะ. (2515). จิตวิทยาการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2546). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด: IMC & marketing communication. กรุงเทพฯ: บริษัท ทิปปิงพ้อยท์ จำกัด.
- เขียน ไป. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้ออาหารแช่แข็งของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ณัฐกมล ศานติมงคลวิทย์. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2557). **Digital marketing: concept & case study**. นนทบุรี: อดีซี พรีเมียร์.
- ณัฐมณีนธ์ ตั้งกิจถาวร. (2557). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (shared) ผ่านเฟซบุ๊ก**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เดโช สอนานนท์. (2516). **รวมข้อเขียนและบทความทางจิตวิทยา**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธราพงศ์ ลิ้มสุทธิวันภูมิ. (2559). **การศึกษาช่องทางการขายหลักของบริษัทประกันชีวิตผ่านตัวแทนประกันชีวิต**. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2), หน้า 63-72.
- ธารี เลิศรัตนศาสตร์. (2558). **การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรและความไว้วางใจที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิวัฒน์ ชาตะวิทยากุล. (2559). **แนะนำวิธีเลือกใช้ Social media ให้เหมาะกับกลยุทธ์การตลาด พ.ศ. นี้ (ออนไลน์)**. เข้าถึงได้จาก: <http://www.digithun.com/social-media-strategy/> (2562, 20 เมษายน).
- เบญจอร งามอิมทรัพย์. (2559). **การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะการขายของตัวแทนขายประกัน การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปณิศา ลัญชันานนท์. (2548). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ภัทรวดี เจริญมณี. (2558). **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการค่ายมวย (Boxing Gym) เพื่อการออกกำลังกาย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มานิจ วราภาคย์. (2549). **โลกประกันชีวิต**. กรุงเทพฯ: นวภัทร.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา. (2554). **ยุทธศาสตร์การตลาด: ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สแมท คอร์ปอเรท แอนด์มาร์เก็ตติ้ง คอนซัลติ้ง กรุ๊ป.

- วรวิมล อ่อนน่วม. (2555). ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล (The communication phenomenon in digital age). วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 18(2), หน้า 212-220.
- วัชรวิ ว่องอรุณ. (2553). เทคนิคการขายโดยใช้พนักงานขาย (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.ismed.or.th/SME2/src/upload/knowledge/1181621639466e1d87d3519.pdf> (2562, 20 เมษายน).
- ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์. (2543). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่: (Marketing Management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2560. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุกร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช และปริญา ลักษิตานนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช, ปริญา ลักษิตานนท์ และศุกร เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุขิด คำเมือง. (2552). พฤติกรรมการใช้สื่อภายในองค์กร กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการธนาคารกรุงเทพ (จำกัด) มหาชน สำนักงานใหญ่. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถิตี วงศ์สุวรรณค์. (2529). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: บำรุงสาส์น.
- สินีนาด วิกรมประสิทธิ์. (2551). เทคนิคการขายและการบริการให้ลูกค้าประทับใจ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 4(7), หน้า 1-7.
- สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สิริชัย แสงสุวรรณ. (2558). **พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุพจน์ ภูลาดี มนตรี วีรยางกู และ ศิริวิทย์ ศิริรักษ์. (2561). ปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีแก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน ประเทศไทย. *Journal of the Association of Researchers*, 23(3), หน้า 217-228.
- สุรางค์ จันทร์เอม. (2518). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: แพรวพิทยา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด: วางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). **ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2517). **จิตวิทยาอาชีพ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณี เหล่าปาสี และประสพชัย พสุนนท์. (2558). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จังหวัดกาญจนบุรี. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(2), หน้า 1977-1991.
- อริสรา ไวยเจริญ. (2558). การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต**, 9(1), หน้า 11-35.
- Assael, H. (2004). **Consumer behavior: A strategic approach**. New York: Houghton Mifflin.
- Bovee, C., Michael, L.H & John, V.T. (1995). **Marketing (2nd ed.)**. New York: McGraw-Hill.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2016). **Digital marketing (6th ed.)**. New York: Pearson-HE.
- Dainton, M. & Zellely, E.D. (2011). **Applying Communication Theory for Professional life: A Practical Introduction (2nd ed.)**. US, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Etzel, M. J., Walker, B. J. & Stanton, W. J. (2001). **Marketing (12th ed.)** Boston: McGraw-Hill.
- Hanna, N. and Wozniak, R. (2001). **Consumer behavior: An applied approach**. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

- Jarvinen, J., Tollinen, A., Karjaluoto, H. and Jayawardhena, C. (2012). Digital and Social media Marketing usage in B2B Industrial Section. **Marketing Management Journal**, 22(2), pp. 102-117.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium ed.)**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). **Marketing Management**. (12th ed.) Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). **Consumer behavior** (11th ed.) Carlisle Publishing Service: Courier Kendallville.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2004). **Consumer behavior** (12th ed.) New Jersey: Pearson Education Internayional.
- Simon, H. A. (1960). **Administrative behavior**. New York: The McMillen.
- Wymbs, C. (2011). Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived. **Journal of Marketing Education**, 33(1), pp. 93-106.
- Yamane, T. (1967). **Statistics: An introductory analysis** (2nd ed.) New York: Harper & Row.