

บรรณานุกรม

- กฤษฎา ช่อขำ. (2550). การรับรู้ข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์กะบะเยีห้อ
อีซูซุของผู้บริโภคจังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- กิติมา สุรสนธิ. (2542). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ : อินฟินิตี้เพรส.
_____. (2543). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ :
ภาพพิมพ์.
- จิตรารณณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2544). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชินจิตต์ แจ้เจนกิจ. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แบรนต์
เอจ บัค.
_____. (2548). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ยูเรก้า.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ. (2546). การคิดและการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัฒน์ชัย รามคงเมือง. (2555). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีผลต่อพฤติกรรม
การซื้อระบบคอลเซ็นเตอร์ของลูกค้า บริษัท วันทิวน์ คอนแทคส์. วิทยานิพนธ์
หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS . กรุงเทพฯ .
บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาสน์นการพิมพ์.
- ปราณี เอี่ยมลอบอกดี. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ธนาเพรส.
- พงษ์ปณต เปลี่ยนอารมณ์. (2550). การตัดสินใจซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ : กรณีศึกษา ห้าง
เดอะมอลล์. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พนิตสิริ ศิลประเสริฐ. (2555). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรับรู้สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ โทรศัพท์มือถือแอปเปิล รุ่นไอโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิบูล ทีปะपाल. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- พัชรพล เขาวงษ์. (2558). การศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตร โดยสารการบินเจ็ท แอร์เวย์ส. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยงยุทธ พุงศ์ศิริพันธ์. (2551). "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด I". ในประมวลสาระชุดวิชาการ วิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด หน่วยที่ 11. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : ที.พี.พี.รินทร์.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภรัตน์ ปรีชาเดช. (2553). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญา ศึกษามหาบัณฑิต. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สหภาพ โสדתพิพย์. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมรายการเชิงเล่า ข่าวในรายการเรื่องเด่นเย็นนี้ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น.
- สุชาติพงศ์ สอนองนารถ. (2554). พฤติกรรม ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้บริโภค ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านแมคโดนัลด์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ขอนแก่น. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). ออนไลน์. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thansettakij.com/2016/03/03/34732>. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2559.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อินโดไชน่า จำกัด.
- อััจฉิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. (2547). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่
12). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Arnold, H.T. and Feldman DC. (1986). Intergroups Conflict in Organization Behavior.
New York : McGraw-Hill.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. and Miniard, Paul W. (1993). Consumer Behavior.
7th ed. Fort Worth : The Dryden Press.
- Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). Marketing management. (12th ed). NJ: Pearson
International.
- Loudon, D. & Bitta, A.J. (1993). Consumer behavior. (4th ed.). New York : McGraw-Hill.
- McCarthy, E. Jerome and William D. Perreault Jr. (1984). Basic of Marketing : a
managerial approach. 8th ed. Illinois: Richard D Irwin. Inc.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs,
N. J. : Prentice-Hall.
- Wilbur Schramm. (1969). The Mass Media as Source of Public Affairs, Science and
Health Knowledge. Public Opinion Quaterly 33, pp. 197 – 200.