

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชญาณีน บูหั่นพฤกษ์. (2549). ระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของเอไอเอส เซเรเนด คลับ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญณรงค์ โชควัฒนา. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและความภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจยา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิไล.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้าพร้อมกรณีศึกษาและเทคนิคปฏิบัติที่ได้ผลจริง. กรุงเทพฯ : ประชุมทองพรินติ้ง.
- แดนไทร ช่างฉ่อง. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทิ่ง อำเภอเทิ่ง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ทัศนีย์ อรรถโสตร์. (2550). ปัจจัยที่มาใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ธนาคารทีสโก้. (2557). ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน). ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2557, จาก <http://www.tisco.co.th/th/aboutus/background.html>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- นาโนซอฟ. (2557). ความภักดีในตราสินค้า. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.nanosoft.co.th/maktip74.htm>
- โนวาบิซ. (2557). การรับรู้. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2556, จาก www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm

- ผุดผ่อง ตรีบุปผา. (2547). **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อการบริการ**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มีนา พรายศรี. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบริษัทเอกชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2554). **คุณค่าเพื่อลูกค้า**. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2557, จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit1/Subm3/U131-1.htm>
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2553). **การวัดองค์ประกอบของความไว้วางใจ**. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2557, จาก www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba133/.../JBA133Siriluck.p
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการให้บริการ E-Banking**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- วันทนา อภิรักษ์จิต. (2548). **ความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคารออมสิน ภาค 12**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วิษญาดา เมืองพิล. (2551). **พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิทยาลัยพาณิชย์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2557). **ความหมายของความจงรักภักดี**. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2556, จาก www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bkk/Ex-23.../ch2.pdf
- วิมลศักดิ์ ยงหนู. (2547). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของพนักงานสาขาและลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อของศูนย์บริการธุรกิจอยุธยา ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ท็อป.

- สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ. (2557). แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานและตัวชี้วัดการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั่วไป. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2557, จาก www.opp.go.th/news_11_12_50_6.doc
- อนันต์ ใจสะอาด. (2552). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาพะเยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อมรรัตน์ พินัยกุล. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าไอศกรีม Swensen's ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อรุณณี สุขแสงจันทร์. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินสาขาสังกัด ภาค 4. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อิทธิ เทศภักดี. (2552). ทศนคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- Assael, H. (1995). **Consumer behavior and marketing action** (6th ed). Ohio : South Western College.
- Baldinger, A.L. & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty : the link between attitude and behavior. **Journal of Advertising Research**, 36(6), 22-34.
- Bharadwaj, S. G., Varajan, P.R., & Fahy, J. (1983). Sustainable competitive advantage in service industries : a conceptual model and research proposition. **Journal of Marketing**, 47, 83-99.
- Bourdeau, L.B. (2005). **A new examination of service loyalty : identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework**. Doctoral Thesis, Florida University, Gainesville, Florida.
- Bovee, Courtland L. and others. (1993). **Management**. New York : McGraw-Hill.
- Campbel, Bonrita J. (1977). **Understanding information system cambridge**. Moss : Wimthrop

- Cronbach, L.J. (1974). **Essentials of psychological testing** (3rd ed). New York : Harper & Row.
- Dick, A. & Basu, K. (1994). Customer loyalty : toward an integrated conceptual framework. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 37(2), 170-180.
- Donald, C. (1984). **The marketing of services**. London : Butter worth Heinemann.
- Gregg, Rusell T. (1975). The administrative process, **In Administrative Behavior in Education**. p. 201-202.
- Gulick, L. and Urwick, J. (1973). **Papers on the Science of Administration**. New York : McGraw-Hill.
- Guttman, R. (1990). A structural theory of spatial abilities, **Applied Psychological Measurement**. 3 (10), 217 - 236.
- Hawkins, L.D. & Coney, K.A. (2001). **Consumer behavior : building marketing strategy** (8th ed). McGraw-Hill : Companies.
- Hawkins, D.I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1998). **Consumer behaviors: Building marketing strategy** (7th ed). MA: McGraw-Hill.
- Holbrook, T.L. (2001). The importance of gender on outcome after major trauma: Functional and psychologic outcome in women versus men. **Journal of trauma: Injury Infection and Critical Care**, 50(2), 270-279.
- Jacoby, J., & Chestnut, R. W. (1978). **Brand loyalty : measurement and management**. New York : John Wiley & Sons.
- Koontz, H. & C. O'Denell. (1982). **Principle of management : an analysis of management function** (5 th ed). New York : McGraw-Hill.
- Kotler, P. and Keller, P. (2009). **Marketing management** (13th ed). NJ : Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). **Principles of marketing**. NJ : Prentice Hall.
- Lau, G.T. (2003). Gatekeeping in organizational purchasing : an empirical investigation. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 18(1), 82-103.
- Levinger, G. & Snoek, J.D. (1972). **Attraction in relationship: a new look at interpersonal attraction**. NJ : General Learning Press.

- Liu, B.C. (1975). Quality of Life : Concept, **measure and Result** *The American Journal of Economic and Sociologic* 34(9), 1-15.
- Oliver, R.L. (1999). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 12, 33-44.
- Pearce, W.B. (1997). **Moral conflict : when social worlds collide**. California : Sage.
- Pong, L.T. & Yee, T.P. (2001). **An integrated model of service loyalty**. Retrieved November 12, 2010 from http://www.sba.muohio.edu/abas/2001/brussels/Lu_Model_Service_Loyalty.pdf
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (1994). **Consumer behavior** (5th ed). NJ : Prentice-Hall.
- Sirdeshmukh, D. Singh, J. & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*. 66(12), 15-37.
- Solomon, M.R. (2004). **Consumer behavior : buying, having and being** (6th ed). NJ : Upper Saddle River.
- Stern, B.B. (1995). Consumer myths : frye's taxonomy and the structural analysis of consumption text. *Journal of Consumer Research*. 22(19), 165-185.
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L., and Parasuraman, A. (1988). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of marketing science*, 21(1), 1-12.