

## บรรณานุกรม

ณัฐมน แสสนสมชัย. (2551). การเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนากร มิตตะกั้ง. (2548). ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ปราณี คูเจริญไพศาล และนงลักษณ์ วิรัชชัย. 2545. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะผลที่ตามมาของความพึงพอใจในงานของผู้จำหน่าย/พนักงานขายตรงในระบบการตลาดหลายชั้น. กรุงเทพฯ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ภาสกร กุลชิต. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภัทรพล ธาริปน. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ; โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกรัฐ วงศ์วีระกุล. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ของคนทำงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Kotler, Philip. **Marketing Management**. Upper Saddle River, NJ:Prentice-Hall, 2000.

\_\_\_\_\_. (2003). **Management Marketing**, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

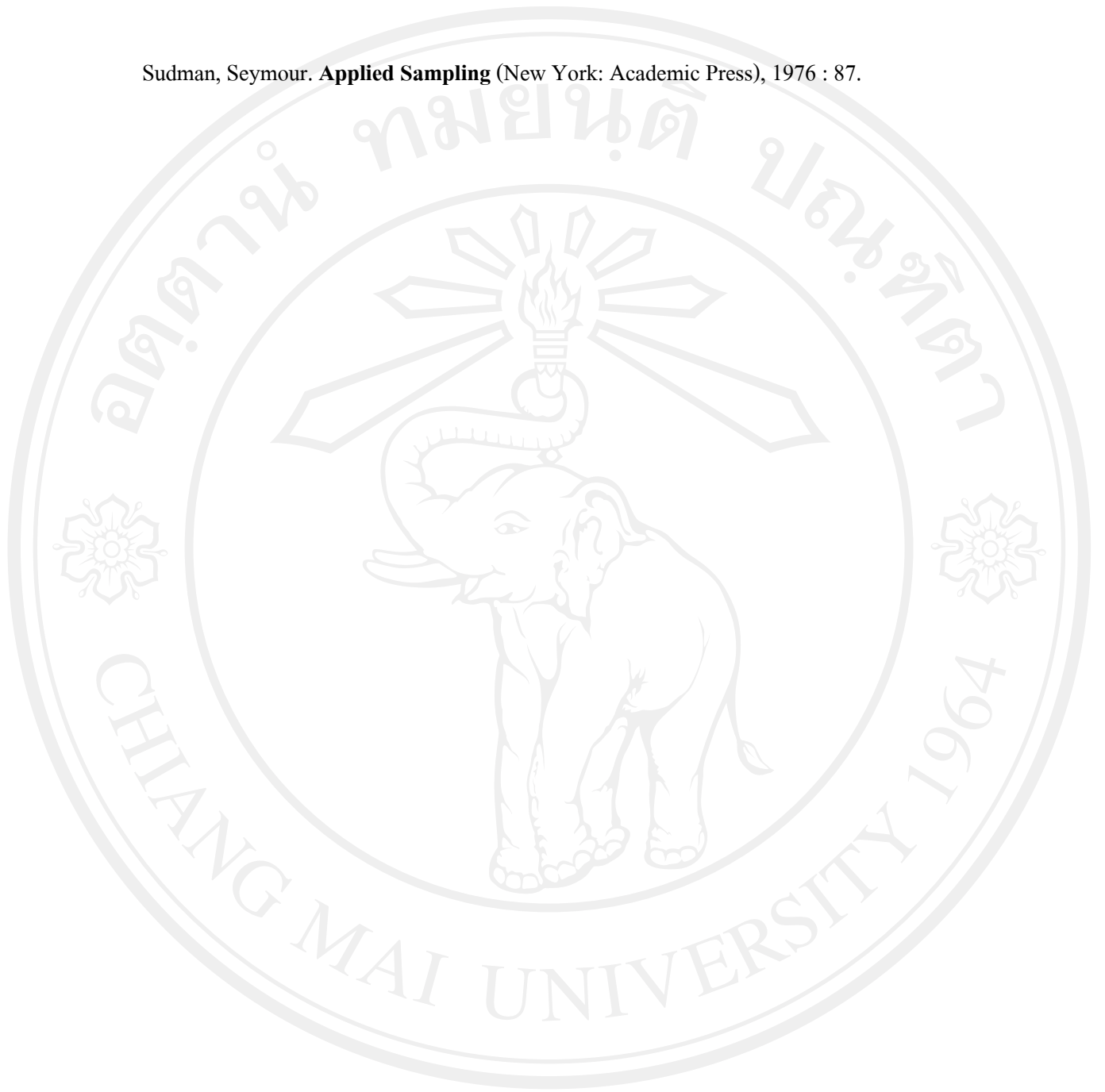
Love Lock H., Christopher. (2003). **Managing Services**. New York : McGraw – Hill Book

Company

Parasuraman, A.;Ztheimal Valarie A, and Berry Leonard L. (1990). **Delivery quality**

**service : balancing customer perception and expectations**. New York : A Division of Macmilan, Inc.

Sudman, Seymour. **Applied Sampling** (New York: Academic Press), 1976 : 87.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved