

บรรณานุกรม

- กชกร ชธรรมมิโกมินทร์. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิติพงษ์ ผู้มีคุณ. 2549. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพร จำหิ้น ไวย้. 2549. ทศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์พร้อมดื่มในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2546. ทศนคติการวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ปิยพร อนุสาร. 2549. บุคลิกภาพห้ำองค้ประกอบที่พยากรณ์ความภักดีต่อตราสินค้าในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคสตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรทัย ใจเอื้อ. 2549. ทศนคติต่อการบริโภคปลากระป๋องในชอสมะเขือเทศ ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Kotler, P. 2000. Marketing Management. Millennium ed. New Jersey :Prentice Hall.