

## บรรณานุกรม

- ชุติมา ตั้งวิเทศจิต. 2550. อำนาจของตราสินค้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค. Ad@chula on Contemporary Views on Advertising. 1(1-29).
- นิตย รัตนาวรรณสิทธิ์. 2549. การวัดคุณค่าตราสินค้าจากลำดับขั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บมจ.ธนาคารกรุงไทย. รายงานประจำปี 2552.
- บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตลำปาง. รายงานผลการดำเนินงานด้านเงินฝากและสินเชื่อ. ข้อมูลเพียงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2552.
- บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตลำปาง. รายงานระบบคิว. ข้อมูลเพียงวันที่ 31 ธันวาคม 2552.
- ผดู่รอง ตรีบุบผา. 2547. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการ และความภักดีต่อการบริการ. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาภรณ์ พีรภูติ. 2551. การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วลัยพรรณ เตชะเบญจรัตน์. 2551. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัท ไอ เอ็น จี ประกันชีวิต ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารินยา ลีลาวัฒน์. 2543. การวัดคุณค่าตราสินค้าโดยใช้ความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาสิณีย์ จำปาตะ. 2551. ความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิสาขา ทยชั้น. 2548. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ไทยในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2541. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเชียนพับลิชชิง.

- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2549. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : บมจ.ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุวิมล ติรกานันท์. 2550. การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Blackston, M. 1992. "Observation : Building Brand Equity by Managing Brand Relationship." **Journal of Advertising Research** 32(3), 79-83.
- Burch, E., Rogers, H.P. & Underwood, J. 1999. "Exploring SERVPERF : An Empirical investigation of the importance – performance, service quality relationship in the uniform rental industry. **Research Paper**. University of Southwestern Louisiana.
- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). "Measuring service quality : A reexamination and extension." **Journal of Marketing** 56, 55-68.
- Doane, David P. and Seward, Lori E. 2007. **Applied statistics in business and economics**. Boston : McGraw-Hill.
- Fournier, S. 1994. A Consumer-Brand Relationship Framework for Strategic Brand Management. Doctoral Dissertation, University of Florida.
- \_\_\_\_\_. 1998. "Consumer and Their Brand : Developing Relationship Theory in consumer Research." **Journal of Consumer Research** 24, (March): 343-373.
- Kotler, Phillip. 2003. **Marketing Management**. New Jersey : Prentice Hall Int. Inc.
- Lovelock, C.H. and Wright, L.K. 2002. **Principle of Service Marketing and Management**. upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. 1985. "A conceptual model of service quality and its applications for future research." **Journal of Marketing** 49. 41-50.