

## บรรณานุกรม

- กฤษดา อ่อนสมบุญ. (2551). ความจงรักภักดีและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ของซูเปอร์สโตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 4(1)
- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกศณีย์ อยู่เจริญ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ในร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เขมกร เข็มน้อย. (2554). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน ในสังกัดเขตสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ข่าวการตลาด. (2562). การขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย 2562. *Marketeer Online*.
- จรินันท์ พุทธชาติ. (2553). เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการไปรษณีย์ไทยแบบ one stop service กรณีศึกษา เขตบางขุนเทียน. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2548). การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในมิติด้านนวัตกรรม (Innovation). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท
- ชลลดา ไชยกุล. (2555). ภาพลักษณ์องค์กร คุณค่าตราสินค้า และความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐิตานันท์ กล้าหาญ. (2553) ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการให้บริการ. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐพล ชวนสมสุข. (2553). ภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าธนาคาร. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณรงค์ ทรวงโพธิ์. (2552). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการจ่ายสิ่งของขนาดใหญ่ของไปรษณีย์นครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง.
- ดำริ สกิตเสมากุล. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ไทยพับลิก้าออนไลน์. (2561). 135 ปี ไพรชณีย์ไทยจาก “ไพรชณียาคารสู่ไพรชณีย์ไทย 4.0”  
การอยู่รอดในโลกดิจิทัล สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2562, จาก  
<https://thaipublica.org/2018/08/thailand-post>.
- ไทยวัน ศิริมา. (2557). คุณภาพการให้บริการไพรชณีย์จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์  
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2545). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :  
เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ :  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการ  
น้ำมันของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ.
- ธีรยุทธ ปัตตาเทสัง. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ต่อการให้บริการรับฝากไพรชณีย์ด่วน  
พิเศษ กรณีศึกษาที่ทำการไพรชณีย์นครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). การวิเคราะห์อภิมาน. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- นงนุช จันทร. (2549). การยอมรับนวัตกรรมเครือข่ายเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ  
ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤมล สุวิมลเจริญ. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ  
ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช. (2559). ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศ เคอร์รี่  
เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย  
สยาม.
- บริษัท ไพรชณีย์ไทย จำกัด. (2557). รายงานประจำปี 2557. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559. จาก  
<http://www.thailandpost.com/annualreport.php?reportYear=2557>.
- \_\_\_\_\_. (2559 วันที่ 13 มกราคม). Social Media ไพรชณีย์ไทย, จาก  
<http://www.thailandpost.com/> 13 มกราคม 2559
- \_\_\_\_\_. (2561). รายงานประจำปี 2561. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- \_\_\_\_\_. (2561). วารสารไพรชณีย์ไทย 2561.
- \_\_\_\_\_. (2562). วารสารไพรชณีย์ไทย 2562.
- \_\_\_\_\_. (2563). วารสารไพรชณีย์ไทย 2563.
- ปิยะดา มานะศิลป์. (2558). ความพึงพอใจของพนักงานสยามคูโบต้าต่อการใช้บริการโลจิสติกส์  
ของ บริษัท โอ.ซี.เอส.เอ็กซ์เพรส จำกัด. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ปิ่นฉวี พัทธราลัย. (2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พจน์ ใจ ชาญสุขกิจ. (2548). ยุทธวิธีการสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหารด้วยการจัดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.
- พัชรินทร์ วิเชียรธนรัตน์. (2561). คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการไปรษณีย์ไทยของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์. การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 14. เชียงราย : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- พัชรี สกุรัตนศักดิ์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- เพ็ญภา แซ่แต้. (2555). ปัจจัยสำคัญที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการคลินิกทันตกรรมเอกชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัฒนชญา นันท์ วงศ์ชมพู และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า สี่โจตัน ของผู้บริโภคในกลุ่มบ้าน ที่อยู่อาศัย ที่ซื้อตรงกับบริษัทในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิรุณ รัตนวนิช และสุวดี ชูสุวรรณ. (2544). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดตรัง. สถาบันพระบรมราชชนก สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). พรหมแดนความรู้ด้านการวิจัยและสถิติ. ชลบุรี : วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เบญชญา อภิมหาโชคโคกิน. (2556). กลยุทธ์การตลาดและคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าห้างค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- เบลซ์. (2536). การโฆษณา (Advertising). (สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558)
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548) หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสาร
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุคส์.
- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. (2557). ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ปรียานุช ศิริไพบูลย์ทรัพย์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Kerry Express ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยุพา สุทธิศิริโรจน์. 2553. ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัตนะ พุทธรักษา และพีรภาว ทีวีสุข. (2560). คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา. การจัดการธุรกิจค้าปลีก สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. (2535). รายงานการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : สำนักงานประกันสังคม.
- รวีช เมฆสุนทรากุล (2554) การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อความภักดีในตราสินค้าสตาร์บัคส์ (Starbucks) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เล็ก ตังวงศ์วรราชัย. (2550).คุณภาพการให้บริการไปรษณีย์ ณ ที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตพื้นที่ของที่ทำกรไปรษณีย์ดุสิต บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รววิทย์เชิงเขา. (2545). ความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการของไปรษณีย์อ่อนนุช. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- วรภรณ์ ใช้เทียมวงศ์. (2547). แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคลเพื่อให้บริการไปรษณีย์เชิงธุรกิจของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลรัตน์ หงส์ทอง. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการให้บริการลูกค้า ธนาคารออมสินสาขาวัชรพล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543) คุณภาพในงานบริการ 1. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชระ ตาสอน. (2548). การให้บริการแบบครบวงจรของบริษัท ไปรษณีย์ จำกัด : บทสำรวจความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วิยะดา ไทยเกิด (2558) ลักษณะการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของที่พักออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการของที่พักออนไลน์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P : Service Marketing Mix). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- \_\_\_\_\_. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.
- ศิริลักษณ์ ทรัพย์เจริญ. (2557). ภาพลักษณ์ไปรษณีย์ไทยในอดีตกับปัจจุบันที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการปัญญาวิวัฒน์ครั้งที่ 4 (หน้า 389). นนทบุรี : สถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์.
- พิรุณ รัตนวนิช และ สุวดี ชูสุวรรณ.(2544) ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดตรัง. สถาบันพระบรมราชชนก สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) กับ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เหมือนกันหรือไม่ อย่างไร. <https://ictlawcenter.etda.or.th/faqs#> .
- เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ พับลิเคชันส์.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์. นนทบุรี : คอร์ดีฟงชั่น
- สุพจน์ มูลจวง. (2551). การยอมรับคุณลักษณะนวัตกรรมในระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3 (ภาคเหนือ) จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สัมฤทธิ์ จำนง (2559) ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุชัยญา เจริญสุข. (2552). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สุภาวดี บุญญาลงกรณ์. (2559). กลยุทธ์การตลาดธุรกิจสายการบินโดยสารที่ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารชาวไทย กรณีศึกษาเปรียบเทียบสายการบินไทยสมายล์และสายการบินราคาประหยัด. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ปีที่ 9 ฉบับพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิปป์ศิณี บาเรย์. (2555). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาว จีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). Service Marketing. กรุงเทพฯ : NUT REPUBLIC
- หทัยกาญจน์ วรรณสิทธิโชค. (2551). การยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ตของผู้ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2550). การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมรรัตน์ ไพเมือง. (2549). ภาพลักษณ์ของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในทัศนะของประชาชน เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อารีวัลย์ เตชาติลภ. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรและความไว้วางใจของลูกค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบางกรวย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เอกสิทธิ์ คงทอง. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการฝากส่งสินค้าผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เอ็ดเซล วอล์คเกอร์ และสแตนตัน. (2536). ส่วนประสมทางการตลาด. ประวัติ อีซูซู [ISUSU].
- อำนาจ วีรวรรณ. (2540). การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร. ภาพพจน์นี้สำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์. พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Anderson, P.M. and L.G. Rubin. (1986). Marketing communication. New Jersey : PrenticeHall.
- Arens, F. W. (2002). Contemporary advertising. (8th ed.). New York : McGraw-Hill
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). Marketing, an introduction (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Blair, M., Armstrong, R., & Murphy, M. (2003). **The 360 degree brand in asia: Creating more effective marketing communications** . Singapore: John Wiley & Son.
- Bourdeau, L. B. (2005). **A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework**. Unpublished Doctoral dissertation, Florida University, Florida.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). **Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms**. In J.H. Donnelly & W.R. George (Eds), Marketing of service, 47-51. Chicago: American Marketing Association.
- Dring, R. (1989). The Informal caregiver responsible for home care the individual with cognitive dysfunction following brain injury. **Journal of Neuroscience Nursing**, 21(1), 42-45.
- De Chernatony, L. (1999). Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation. **Journal of Marketing Management**, 15 (1-3), 157-80.
- Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (2007) **Marketing.14<sup>th</sup> ed.**Boston McGraw –Hill
- Frank Jefkins. (1997). **Planned Press and Public Relations**. London : International textbook.
- Heizer, J. H. & Render, B. (1999). **Principles of Operations Management (3rd ed.)**. New Jersey :Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning implementation and control. (9th ed)**. New Jersey : Asimmon &Schuster.
- \_\_\_\_\_. (2000). **Marketing management. The millennium edition**. New Jersey : Prentic-Hall.
- Kotler, Philip. (2003). **Principles of Marketing**. New Jersey: Prentice-Hall,Inc.
- Lau. (1999). **Importance of third party logistics**. Shippers Today, 22(1), 51-53.
- Lovelock, Christopher. and Wright, Lauren. (2002). **Principles of service marketing and management**. Pearson Education Indochina.
- LeBlanc,G.and Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms, and empirical study in financial institutions. **International Journal of Service Industry Management**, Vol. 7 No. 2, pp.44-56.
- MarketingOops. (เมษายน, 2562). DIGITAL IN AILAND. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2563 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/research/thai-digital-in-2019/>

- Marketeer. (2562). ตลาดอีคอมเมิร์ซไทย ทำโมโต ? วิเคราะห์สถานการณ์ล่าสุด พร้อมเผยโฉม 3 สินค้าที่ขายดีที่สุดในโลกออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2563 จาก <https://marketeeronline.co/archives/126314>
- Nyadzayo, M.W., & Khajehzadeh, S. (2016). The antecedents of customer loyalty: A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30 (SupplementC), 262-270.
- Oliver, R. L. (1999). **Customer perceived value, satisfaction, and loyalty**: The role of switching costs. New York : McGraw-Hill.
- Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and It's implications for future research. *Journal of Marketin*, 1, p. 44.
- Parasuraman. (1988). **Delivery Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York : Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985, Fall). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49,pp. 41 - 50.
- Pong, L.T. & Yee, T.P. (2001). **An integrated model of service loyalty**. Retrieved March 20 , 2018 from: <http://www.sba.muohio.edu/abas/2001/brussels>.
- Romanyani., and Mardatillah. (2016). Effect of Marketing Mix of Service and Quality of Service to Costumer's Loyalty. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(10), 502-516.
- Srinita, S. (2018). The Effect of Service Quality and Marketing Mix Strategy towards Local Sustainable Economic Growth. *European Research Studies Journal*, 21(1), 272-284
- Webster, N. (1973). **The Webster's dictionary**. New York: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1967). **Statistics an introductory analysis (2nd ed.)**. New York: Harper and Row.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value : A mean-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, pp. 2 - 22.