

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณา โปสุวรรณ. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟพรีเมียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- กอบกาญจน์ เจริญทอง. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.
- กานดา เสือจำศีล. **ศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสดของเมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2555.
- กานต์ชนิตา โชค่างพลู. **พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษามหาวิทยาลัยสยาม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2558.
- เกศสิริ ปันธะ. “การรับรู้คุณค่าและการตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคต่อสินค้าโอท็อป”, **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**. 53(3): 201-230; กรกฎาคม-กันยายน, 2556.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. **การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2552.
- จเด็จ แสงสรอย. **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านกาแฟแฮปปี้ท**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2552.
- จารุภัทร์ มิ่งคลสุต. **พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคกาแฟสตาร์บัคส์กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2555.
- เจนจิรา ศรีจิวราย. **การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของร้าน Caffe D'Oro และร้าน Mezzo**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2559.
- ชัยอนันต์ ปริญญาวิฑิต. **การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อความพึงพอใจธุรกิจกาแฟเฟรนไชส์: กรณีศึกษาธุรกิจกาแฟบิลเลียนคอฟฟี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.
- ชญญา เตชหมามงคล. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟขนาดเล็กในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.
- ฐิตยาภรณ์ จิตราภิรมณ์. **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ สดในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ฐิติรัตน์ กลัปกลาย. อิทธิพลของคุณภาพบริการ ความยุติธรรมของราคา ภาพลักษณ์และบรรยากาศของร้านกาแฟพรีเมียมต่อความพึงพอใจและความตั้งใจบอกต่อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562.
- ดารารัตน์ รักเถาว์ และคณะ. “พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช”, วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 11(3): 329-352; กันยายน-ธันวาคม, 2561.
- ณัฐกานต์ พันธุ์สวัสดิ์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟในเขตชิดลม กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2557.
- ณัฐนันท์ โพธิแพทย์. อิทธิพลของคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบุคลิกภาพของพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในร้านกาแฟแบรนด์ต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562.
- ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์. “ประสบการณ์เปิดร้านคาเฟ่ อเมซอน”, คาเฟ่ อเมซอน. <https://www.ThaiSMEsCenter.com>. 24 กันยายน, 2564ก.
- _____. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เขตบางแค ของผู้บริโภค”, คาเฟ่ อเมซอน. <https://e-research.siam.edu>. 24 กันยายน, 2564ข.
- _____. “ร้านคาเฟ่ อเมซอน เป็นที่นิยมจนถูกลอกเลียนแบบ”, คาเฟ่ อเมซอน. <https://www.mthaifranchisecenter.com>. 24 กันยายน 2564ค.
- ธงชัย ตั้งมิ่งชัย. การตัดสินใจซื้อน้ำจิ้มสุกี้ของพ่อค้าคนกลางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- นิเวศน์ ธรรมะ และคณะ. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล, 2552.
- นินอร สิงห์บุญเรือง. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารจัดการร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2555.
- บวร วิวัฒน์แดงสี. อิทธิพลของการรับรู้ด้านคุณภาพการรับรู้ด้านราคาและคุณภาพการให้บริการต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้เข้าร่วมสัมมนา บริษัทสต็อคทูมอร์โร จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พนมกรณ์ สืบสาม. การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการงานซ่อมของลูกค้าของบริษัท สยามนิสสันอุบลราชธานี จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2556.
- พิมพ์ศิริ ไทยสม. ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านกาแฟ A ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.
- พิมพ์พิศา สังข์สุวรรณ. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) และการเลือกตลาดเป้าหมาย (Market Target). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2558.
- พงษ์จิรัฐ จิงนิธิเกียรติ. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2558.
- ภมร พงษ์ศักดิ์. อิทธิพลของคุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความมั่นใจและความพึงพอใจของผู้บริโภค: กรณีศึกษาของร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.
- ภวัต วรรณพิณ. การประเมินคุณภาพบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2555.
- ภูริภัทร ชั่งจันทร์. ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ที่เซ็นทรัลพลาซ่าปิ่นเกล้า. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2558.
- มัทวัน กุศลอภิบาล. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน กาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2555.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554.
- รพีพงศ์ ไกรยศนันท์. อิทธิพลของการรับรู้ด้านราคาและการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในร้านกาแฟพรีเมียมแบรนด์ต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2561.
- ลัดดา พุทธวารีกานต์. พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดร้าน True Coffee สาขาอาคารทิวทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.
- วรินทร์ธร สุนทรเลิศพิศาล. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการร้าน Too Fast To Sleep ห้องสมุดคาเฟ่ 24 ชั่วโมง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2559.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วชิรวีชร งามละม่อม. (2558). “ลักษณะของประชากรศาสตร์”, แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
ลักษณะทางประชากรศาสตร์. <http://learningofpublic.blogspot.com>. 24 กันยายน,
2564.
- วรัตน์ ศรีไพศาลเจริญ. ปัจจัยคุณภาพบริการ การรับรู้ราคา และความเป็นธรรมของราคาที่สูงผล
ต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อร้านจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องทำกาแฟของลูกค้า
ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ, 2560.
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. “อุตสาหกรรมกาแฟ”, แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทยปี 2563.
<http://www.thaimescenter.com/>. 24 กันยายน, 2564.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้าน
เว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าหรือประมวลพระ
เครื่องออนไลน์ (ECOMMERCE). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2552.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “ธุรกิจร้านกาแฟ บริหารอย่างไรให้รุ่ง”, บทความ.
<https://kasikornbank.com>. 24 กันยายน, 2564.
- สงกรานต์ จิรายุณท์. “คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค และความภักดีต่อตราสินค้า
ของร้านกาแฟพรีเมียมในประเทศไทย”, วารสารวิทยบริการ (มหาวิทยาลัย
สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี). 25(2): 47-55; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2557.
- สมชาย กิจยรรยง. กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: Smart Life, 2561.
- สมเกียรติ เป็งโต. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวาปี
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- หนึ่งฤทัย เชียงฉิน. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟของผู้บริโภค
ร้านกาแฟสตาร์บัคส์และทัมเอ็นทัมส์คอฟฟี่ สาขาวิคตอเรียการ์เด้นส์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2560.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552 .
_____. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.
- อนรรักษ์ เจนสิริผล. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
รถทัวร์สายตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษานครชัยแอร์และบริษัทอื่น”, วารสาร
บริหารธุรกิจ. 8(148): 20-38; ตุลาคม-ธันวาคม, 2558.
- อภิญา รุ่งวิฑู. โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของการรับรู้ด้านความคุ้มค่า และการรับรู้ด้านคุณภาพต่อ
ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคเครื่องดื่มในร้านสกา
กาแฟ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- อรรธมภา มุกดาเวช. โปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจไว้วางใจและความภักดีต่อร้านกาแฟพรีเมียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- เอื้องฟ้า กายัญญลักษณ์. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและบริโภคเครื่องดื่มร้านสตาร์บัคส์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.
- Beeler, L. A. “An investigation of predictors of satisfaction and future intention: Links to motivation, involvement, and service quality in a local festival”, **Event Management**. 13(1):17-29; August, 2009.
- Cronbach, L. J. **Essentials of psychological testing**. 5th ed. New York: Harper Collins Publishers, 1990.
- Hair, J. F. and et al. **Multivariate Data Analysis**. New Jersey: Prentice Hall, 2005.
- Kotler, P. **Marketing Management**. New Jersey: Prentice-Hall, 2003a.
- _____. **Marketing: An Introduction**. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2003b.
- Theodorakis, N. D. and et al. “Predicting spectators' behavioral intentions in football: The role of satisfaction and service quality”, **Sport Management Review**. 16(1): 85-96; February, 2013.
- Gerpott, T. J., Rams, W. and Schindler, A. “Customer retention, loyalty and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market”, **Telecommunications Policy**. 25(4): 249–269; May, 2011.
- Sharma, D. “Understanding the relationship between customer satisfaction, customer engagement and repeat purchase behavior”, **The Journal of Business Perspective**. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0972262921992593>. December 2, 2021.
- Sun, X. “Impact of consumer satisfaction on fresh e-commerce repeat purchase Behavior”, **E3S Web of Conferences**. <http://www.e3s-conferences.org>. May 12, 2021.
- Yamane, T. **Statistics, an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper and Row, 1967.