

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กชภัฏ ตัณฑองกุล. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดสงขลา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2561.
- กรกนก ละออ. โฆษณาแฝงบนสื่อวิดีโอออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษา Facebook Fan Page. การค้นคว้าอิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2560.
- กรมการขนส่งทางบก. (2559). “สถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่”, กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน. http://apps.dlt.go.th/statistics_web/newcar.html. 4 ธันวาคม, 2563.
- กฤษณา ท้าวพงษ์. ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจคาร์แคร์ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค: กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2559.
- กาญจนารัตน์ รัตนสนธิ. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2544.
- เกศนภา ไไลชานตรา ยะเสน. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553.
- จตุพร เกตจินดา. ปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดจันทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.
- จรรยา จีรวัดนานนท์. การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมคุณภาพด้านรสชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคาวของพนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.
- ชนากานต์ ทองศักดิ์. อิทธิพลของคุณภาพระบบคุณภาพข้อมูลคุณภาพบริการความยุติธรรมของราคาและการส่งเสริมการตลาดของแอฟส่งอาหารต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562.
- ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข. การตลาดสำหรับนักวิชาการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2552.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ชิตชนพวงศ์ ศรีประเสริฐ. ส่วนประสมทางการตลาดบริการในมุมมองของลูกค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.
- ชีวรรณ เจริญสุข. กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2547.
- ไชยพศ รื่นมล. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2558.
- ญาณัฐจรรยา เตชะ. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2563.
- ณภัทร ศรียาภย์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2554.
- ณัฐ อรินพไพบูลย์. ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- ทิพวัลย์ แสงจันทร์ และยุพาวรรณ วรณวณิช. “กลยุทธ์การฟื้นฟูบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้าบัตรเครดิต”, วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 7(1): 355-373; มกราคม-มิถุนายน, 2564.
- ธงสรวง ศรีชัยรัตน์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า:กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2562.
- ธนวรรธน์ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, 2552.
- ธรรมพร อาจารย์ยุตต์. แผนธุรกิจศูนย์บริการดูแลรักษารถยนต์“Miracle Clean”. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.
- นงนภา จันท์แป้น. วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2557.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- น้ำทิพย์ เนียมหอม. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2554.
- บัณฑิต แสงศรี และอรพรรณ คงมาลัย. “รูปแบบการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าในการซื้อสินค้าอุปกรณ์ไอทีผ่านระบบออนไลน์”, วารสารบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. 15(3): 35-46; กันยายน-ธันวาคม, 2562.
- ปฐมธิดา จินตวรรณ. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าศูนย์บริการล้างรถ โมติแคร์สำนักงานใหญ่ บางแค และสาขาคู้บอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2551.
- ปรีชา แสนเมืองสว่างศรี. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความภักดีของลูกค้าในตลาดอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา บริษัท กิจรุ่งโรจน์ ชัฟพลาย จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2560
- พนิดา ยมจันทร์. “การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บำรุงรักษารถยนต์”, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 5(1): 1-15; กุมภาพันธ์-พฤษภาคม, 2562.
- พิมพ์ฉัฐชยา สีเพียง. ศึกษารูปแบบร้านค้าคาร์แคร์และการตัดสินใจเลือกรับบริการคาร์แคร์ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.
- พรสวรรค์ สิทธิชัยวัฒนา. แผนธุรกิจแผนธุรกิจคาร์แคร์ OK Car Care. การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562.
- ภาคพงษ์ ชาญณรงค์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้ใช้รถยนต์และเป็นเจ้าของรถยนต์ในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2564.
- ภาคภูมิ บุญประเสริฐ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7Ps). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- ภาวิณี กาญจนานา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ภูษณ ต้นสุเมธ. การศึกษาปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภค
ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ, 2552.
- ภัควัฒน์ คงคะคิด. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้
บริการ ร้านคาร์แคร์แห่งหนึ่งในเขตตำบลหนองปรือ. การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2555.
- มยุรา อรุณเรืองศิริเลิศ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในตราสินค้ารถยนต์. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560.
- ยุทธนา ชุมสงค์. การเพิ่มความพึงพอใจต่อการให้บริการแก่ลูกค้าในศูนย์บริการคาร์แคร์ของ
บริษัท บุญประสงค์ ออโต้ แคร์ จำกัด สาขาเจริญกรุง กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2551.
- รุ่งนภา ออมสินสมบุญณ์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซ้ำ
ของร้านคาร์แคร์ของกลุ่มวัยทำงานและวัยนักศึกษา. การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.
- วันสพร บุพผาทอง. การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค กรณีศึกษาผู้ใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้า
นครปฐม ผู้จัดจำหน่ายโตโยต้า จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2564.
- วัชรินทร์ เดชยอดยิ่ง. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของลูกค้า
ร้านโฟโต้อำเภอเกาะสมุข จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2560.
- ศรัณญา อมรเดชสุริยะ. การออกแบบธุรกิจร้านสไมล์คาร์แคร์ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.
- ศศิพร บุญชู. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่
เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2560.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดแนวใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2550.
- ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม. (2558). “การบริการดูแลรักษารถยนต์”, ธุรกิจคาร์แคร์.
http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view. 4 ธันวาคม, 2563.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกร. (2560). “Car Care”, ธุรกิจที่สนองไลฟ์สไตล์คนมีรถ.

<https://ttmemedia.wordpress.com/2011/07/04/car-care>. 4 ธันวาคม, 2563.

สราลี อีรสุชาภรณ์. การศึกษาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ในการเข้าใช้บริการฟิตเนส
เซ็นเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563.

สมหมาย พันธวงศ์. ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการซ้ำ
ของธุรกิจคาร์แคร์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 2557.

สมฤทัย หาญบุญเศรษฐ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการระบบลิฟต์
จอดรถยนต์อัตโนมัติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2560.

สมบัติ แหวงวงษ์. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ของลูกค้า
ในจังหวัดปทุมธานี”, วารสาร ม.จ.ร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 6(2): 227-236;
พฤษภาคม, 2560.

สิริจิตวัฒนา ทากุ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการคาร์แคร์ที่
ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.

สิริภัทร โชติช่วง. “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ใน
ห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี”, วารสารธุรกิจปริทัศน์. 11(2):
121-134; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2562.

สี่บชาติ อันพะไชย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้
บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย. การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2563.

สุรคุณ คณัฐยานนท์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.

สุทธิชัย ปัญญาโรจน์. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้รถยนต์กระบะในกลุ่มจังหวัด
ภาคเหนือตอนล่าง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
พิษณุโลก, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สันติพงศ์ จิโรจน์กุลกิจ และคณะ. “ทัศนคติต่อคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้โดยสารสาย การบินไทยแอร์เอเชีย”, ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5 “การวิจัยเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Research to Make A CHANGE)”. น. 25-34. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี, 2563.
- สำนักงานสถิติจังหวัดศรีสะเกษ. “จำนวนประชากรจังหวัดศรีสะเกษ”, ข้อมูลจังหวัดศรีสะเกษ. <http://www.sisaket.go.th/index1.php>. 15 กรกฎาคม, 2564.
- หทัยทิพย์ แดงปทิว. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.
- อดิชาติ โรจนกร. การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฮบริดของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2561.
- อภิญา วิจิตรเศรษฐกุล. ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลนครปฐมกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2552.
- อรุณทัย เห่งโพธิ์. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2563.
- อุมาวดี เดชธารง. “ปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคออนไลน์ในประเทศไทย”, วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. 9(1): 44-64; มกราคม-มิถุนายน, 2563.
- อัมพล ชูสนุก. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกซื้ออาคารชุด บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2561.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Boora, K. K. and Singh, H. “Customer loyalty and its antecedents: A conceptual framework”, **Asia Pacific Journal of Research in Business Management**, 2(1): 151-164; December, 2011.
- Ivanauskienė, N. and Auruskevicienė, V. “Loyalty programs challenges in retail banking industry”, **Economics & Management**. 14(2009): 407-412; April, 2009.
- Kotler, P. and Armstrong, G. **Principles of marketing**. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall, 2001.
- Kotler, P. and Keller, K. L. **Marketing Management**. 12th ed. Singapore: Prentice Hall, 2007.
- Oliver, R. L. “Whence consumer loyalty”, **Journal of Marketing**. 63(2): 33-44; February, 1999.
- ThaiHitZ. “เผย 14 อำเภอที่เจริญที่สุดในภาคอีสานไม่รวมอำเภอเมือง”, **รวบรวมข่าวสารทุกซอกทุกมุมบนโลกนี้**. <https://thaihitz.com>. July 15, 2022.
- Yamane, T. **Statistics an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper and Row Publisher, 1973.