

บรรณานุกรม

- ณรงค์ แซ่ตั้ง. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- นิภา เมธชาวิชัย. (2550). เอกสารประกอบการสอบสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว. (2548). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- รัตน์มณี ดันยั้งยง. (2547). ปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนคูสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพมหานคร : ชรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมจิต นันทวโนทยาน. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถปิคอัพขับเคลื่อนสี่ล้อ ของคนกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนคูสิต.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- Cronbach, L. J. (1974). **Essentials of Psychological Testing** (3rd ed.). New York : McGraw Hill.
- Krejcic, R. V. and Morgan, E. W. (1970). **Education and psychological measurement**. New York : McGraw Hill.
- รถยนต์. (2550, 29-31 มกราคม). **ประชาชาติธุรกิจ**. หน้า 37.