

บรรณานุกรม

- กัลปิงหา ครอบพาณิชย์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นาถฤดี อามระดิษฐ์. (2548). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยี่ห้อ IBM ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บงกช พานามา. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พงษ์ศักดิ์ ดีเสมอ. (2545). การสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิบุรณ์ ถาวรโลหะ. (2548). ลักษณะเชิงนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาโทในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- Best, John W. and Kahn, James V. (1998). **Research in education**. (8th ed.). Singapore : Allyn and Bacon.
- Harris, Mary B. (1998). **Basic statistics for behavioral science research**. (2nd ed.). Singapore : Allyn and Bacon.
- Millett, John D. (1954). **Management in the public service : the guest for effective performance**. New York : McGraw-Hill.

Krejcic, Robert V. and Morgan, Earyle W. (1970). **Educational and psychological measurement.** New York : McGraw-Hill.

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี