

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ วาสนสมพงษ์ (2551) “ภาพลักษณ์สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในสายตาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2554) “บริการข้อมูลประชากรและบ้าน” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://www.dopa.go.th/index.php/2012-06-16-12-35-04/people-service1>
- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย (2550) แผนยุทธศาสตร์ชาติ: การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย พ.ศ. 2550 – 2554 นนทบุรี คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข
- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย (2555) แผนยุทธศาสตร์ชาติ: การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย พ.ศ. 2555 - 2559 นนทบุรี คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข.
- กรรณิการ์ นุ่มไทย (2548) “ปัจจัยทางสังคม-จิตวิทยา และลักษณะทางประชากรที่เกี่ยวข้องกับชาตินิยมของผู้บริโภค” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงวัฒนธรรม (2554) “โครงการวัฒนธรรมสรรค์สร้างสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://www.creativeculturethailand.com/index.phpDefault.aspx?tabid=395>
- กริช แรงสูงเนิน (2554. การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดูเคชั่น
- กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ส่วนท้องถิ่น

- กอบแก้ว มะหะหมัด (2552) “พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรที่เป็น
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนคร
เหนือ
- กัญญา สิงห์เสนี (2548) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย
"นีเวีย" ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กัญวรา โภชน์อุดม (2553) “คุณค่าตราสินค้าของธุรกิจออนไลน์ใน Second Life” วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กันยา สุวรรณแสง (2542) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร รวมสาส์น (1977)
- กันยา สุวรรณแสง (2533) *การพัฒนาบุคลิกภาพ* กรุงเทพมหานคร บำรุงสาส์น
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2546) *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* กรุงเทพมหานคร
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2550) *สถิติสำหรับงานวิจัย* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2553) *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* กรุงเทพมหานคร โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิ่งรัก อิงคะวัต (2542) “บริหารแบรนด์อย่างไรให้อยู่ทนนานข้ามยุค” *วารสารนิเทศศาสตร์* 17: 59-
65
- กุลนัดดา สุวรรณศรี (2551) “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า
“ซอนต้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” สาร
นิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- เขมิกา สวงนพวง (2549) “การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจผู้ให้บริการระบบ
โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป ลพบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- จรรจา สุวรรณทัต (2553) “เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา
จิตวิทยาทั่วไป* หน่วยที่ 1 หน้า 15-20 นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

- จิตรารณ วนใจ (2548) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายยาสมุนไพรไทยของผู้ประกอบการร้านขายยา จังหวัดเชียงราย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป เชียงราย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- จิราภา เต็งไตรรัตน์ และคณะ (2550) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม (2551) “ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินค้าเชื่อบัตรเครดิต” วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการจัดการ นครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว (2550) “ภาพลักษณ์ของสายการบินต้นทุนต่ำ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสตงมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชวพงษ์ นัยสุข (2549) “การผลิตและต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชวลิต ทองรมย์ “การสร้างตลาดของสินค้าและบริการให้ประสบความสำเร็จ” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
<http://sites.google.com/site/ibusinessplan/Home/kar-srang-tlad-khxng-sinkha-laea-brikar-hi-prasb-khwam-sarec-dwy-ka-rs-ra>
- ชัยนันท เพ็ชรอำไพ (2552) “องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในธุรกิจ E-Marketplace ของประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชื่นจิตต์ แจ้เจนกิจ (2546) *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ Customer relationship management : CRM* กรุงเทพมหานคร ทิปปิง พอยท์
- โชคชัย รุ่งวิวัฒนศิลป์ (2551) “การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า* กรุงเทพมหานคร สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

- ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์* พิมพ์ครั้งที่ 3
กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์สามเจริญพาณิชย์
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2537) *การประชาสัมพันธ์: ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์
วังอักษร
- เดโช สนวนานนท์ (2520) *ปทานุกรมจิตวิทยา* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- เต็มศักดิ์ คทวนิช (2546) *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ทรงพล ภูมิพัฒน์ (2538) *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีปทุม ศูนย์เทคโนโลยี
การศึกษา
- ธนาคารไทยพาณิชย์ (2550) *เวชสำอาง(Cosmeceuticals)* สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554,
เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://www.scb.co.th/LIB/th/article/mong/2547/m1531.html>
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2549) *การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์* พิมพ์ครั้งที่ 2
กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2550) “รูปแบบกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการ
บริหารคุณค่าตราสินค้าตามระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์” ปรัญญาคุณภูมินิต
(บริหารธุรกิจ) กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หน้า 17-20)
- นงคราญ ไชยบาล (2550) “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเครื่องดื่มสมุนไพรกระชายดำ
(*Kaempferia parviflora* Wall) บรรจุขวดพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เทศบาลนคร
เชียงราย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป เชียงราย
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- นวพร สุคมภิรานนท์ (2550) “การใช้ความรู้ การรู้จัก และภาพลักษณ์ตราสินค้าในการสร้างคุณค่า
ตราสินค้าเครื่องสำอางชั้นนำในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหา
บัณฑิตกรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นันทนา บริพันธ์านนท์ (2552) “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า กับปัจจัยที่เกิดจากการ
สื่อสารการตลาด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโฆษณา
กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิตยา สุวรรณดี (2553) “พฤติกรรมในการเลือกตราสินค้าในการบริโภคสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์สปา”
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)* กรุงเทพมหานคร เพรส
แอนด์ ดีไซน์

- ประเมษฐ์ ชมภูพันธ์ (2553) “การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้า Tesco และคูปองที่ส่งผลต่อพฤติกรรม
การตัดสินใจซื้อตราสินค้า Tesco และตราคูปอง แผนกของชำในห้างค้าปลีก Tesco Lotus
เขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
การตลาด กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ประจวบ อินออด (2532) *เขาประสาธน์สัมพันธ์กันอย่างไร* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มติชน
ฉบับที่ ๒
- ประพันธ์ บุญเกียรติ (2552) “เรื่อง อิทธิพลทางสังคมและอิทธิพลส่วนบุคคลกับพฤติกรรม
ผู้บริโภค” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 8 หน้า 285 นนทบุรี
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ปราณี รามสูต (2542) *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏธนบุรี
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ (2552) “เรื่อง การรับรู้กับพฤติกรรมผู้บริโภค” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 3 หน้า 83-104 นนทบุรี สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ปิณดา ศรีเนตร (2549) “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเป๊ปซี่และ
โค้กในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปิติ พลังวชิรา (2550) *พลิกมุม อสงสาวย : เวชสำอางเพื่อการชะลอวัย* กรุงเทพมหานคร นู สกิน เอ็น
เตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย)
- ผู้จัดการ online (2554) *โรงงานสมุนไพรไทยแข็งแกร่งกว่า 80% สิงคโปร์-มาเลเซีย* แหล่งซื้อของถูก สืบค้น
ข้อมูลเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
[http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9540000070292&Key
word=%ca%ac1e%e4%be%ac3](http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9540000070292&Keyword=%ca%ac1e%e4%be%ac3)
- พงษ์เทพ วรกิจโกกลาง (2537) *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ ใน ภาพพจน์ที่สำคัญยิ่ง: การ
ประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์เจริญผล
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2552) “เรื่อง ทักษะการคิดกับพฤติกรรมผู้บริโภค” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 5 หน้า 172-173 นนทบุรี สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

- พระครูวิสุทธิพัฒนารักษ์ บัวศรี (2550) “การใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาพยาบาล : กรณีศึกษาว่างหาง
จระเข้ ของกลุ่มสาธิตแม่บ้านวัดกลาง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัด
อุบลราชธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการ
พัฒนา อุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- พัชรินทร์ เกียรติดอนเมือง (2553) “ทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์
กับ พฤติกรรมการใช้บริการ และการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ของลูกค้าห้างเทสโก้ โลตัส
จังหวัดปทุมธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปทุมธานี มหาวิทยาลัย
ปทุมธานี
- พิชิต ปาลกะ (2551) “ความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
สมุนไพรโกลเด้น เอิร์บของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษา
ศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ภัทรานิษฐ์ แซ่ตั้ง (2553) “พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มผู้ชายเจ้าสำอางในเขต
กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มานิช เตชะเจริญวิกุล (2552) “ภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่”
สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ยุทธนา ธรรมเจริญ (2552) “เรื่อง ความต้องการ การจูงใจ บุคลิกภาพ กับพฤติกรรมผู้บริโภค” ใน
เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 2 หน้า 59-65 นนทบุรี สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ยุพิน กาญจนารัตน์ (2553) “การวิเคราะห์เนื้อหาวารสารทางด้านจิตวิทยาระหว่างปี พ.ศ. 2542-
2551” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศ
ศาสตร์กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รัชนี อัดแสง (2548) “การบริหารจัดการศูนย์จำหน่ายเครื่องสำอางสมุนไพรที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของลูกค้าในเขตภาคกลาง” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทั่วไป พระนครศรีอยุธยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- ราชบัณฑิตยสถาน (2542) *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542* กรุงเทพมหานคร นาน
มีบุ๊ค
- ราชบัณฑิตยสถาน (2550) *พจนานุกรมศัพท์จิตวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน* กรุงเทพมหานคร ผู้
แต่ง

- รุ่งศักดิ์ ศิวาชัย “การสร้างตราสินค้า และภาพพจน์ของสินค้า” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://sites.google.com/site/ibusinessplan/Home/kar-srang-trasin-kha-laea-phaphphcn-khxng-sinkha>
- รุ่งศักดิ์ ศิวาชัย “ปัจจัยต่าง ๆ ในการการสร้างแบรนด์ ของ SMEs” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://sites.google.com/site/ibusinessplan/Home/paccay-tang-ni-kar-kar-srang-baernd-khxng-smes>
- รุจิพัทธ์ เรืองธาริพงศ์ (2549) “อิทธิพลของภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง (CEO) ที่มีต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เลิศหญิง หิรัญโร (2517) “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรยา ประเสริฐวงษ์ (2552) “การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง Skin Food และ Oriental Princess ของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิจิตร อวาทกุล (2541) *เทคนิคการประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิทยากร เชิงกุล (2552) *อธิบายศัพท์จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง* กรุงเทพมหานคร สายธาร
- วิรัช ฤทธิธนกุล (2540) *การประชาสัมพันธ์* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิไลวรรณ ศรีสงคราม และคณะ (2549) *จิตวิทยาทั่วไป* กรุงเทพมหานคร ทริปเพิ้ล กรุ๊ป
- วุฒิชัย สุนทรสมัย (2550) *พฤติกรรมผู้บริโภค เอกสารประกอบการสอน* มหาวิทยาลัยบูรพา
- วุฒิชัย สุนทรสมัย (2552) “การสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค* หน่วยที่ 13 หน้า 176 นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- วุฒิชัย สุนทรสมัย (2552) *การวิจัยการตลาดและระบบสารสนเทศทางการตลาด* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ ศ.ส.ท. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)

- สมพร เฟิงพิศ (2552) “ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง
สมุนไพรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ศรีสกุล พันธุสุนทร (2551) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางใน
โรงพยาบาลเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการ กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศุภรักษ์ ศรีใจ (2548) “การจัดทำนิตยสารวัยรุ่นแนวเอเชียตะวันออกเฉียงของบริษัทรักสยามการ
พิมพ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร ข้อมูลกรุงเทพมหานคร (2552) “กรุงเทพมหานคร ปัจจุบัน” สืบค้น
ข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
<http://203.155.220.118/info/default.asp>
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร สถิติกรุงเทพมหานคร (2552 ก) “จำนวน ธนาคาร โรงภาพยนตร์
โรงแรม สถานอาบ อบ นวด ศูนย์การค้า ท่าเทียบเรือ และตลาดในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.
2552” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
http://203.155.220.118/info/stat_search/stat_53/manage53_12.htm
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร สถิติกรุงเทพมหานคร (2552 ข) “จำนวนร้านขายยาประเภทต่าง ๆ พ.ศ.
2552 จำแนกตามเขตเรียงตามจำนวนรวม” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึง
ข้อมูลได้จาก http://203.155.220.118/info/stat_search/Frame.asp
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย (2553 ก) “เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่อง ... ผู้ประกอบการไทยเร่ง
ปรับตัว” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554, เข้าถึงข้อมูลได้จาก
[http://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?
docid=26039](http://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=26039)
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย (2553 ข) “สมุนไพร” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้
จาก [http://www.kasikornresearch.com/TH/KEcon%20Analysis/Pages/ViewSummary.
aspx?docid=4867Submit=Clear&LPage_1=1&LID_1=00117](http://www.kasikornresearch.com/TH/KEcon%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=4867Submit=Clear&LPage_1=1&LID_1=00117)
- สงกรานต์ ก่อธรรมนิเวศน์ (2552) *ศัพท์ทางจิตเวช* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- สมทรง ณ นคร และคณะ (2538) “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับสมุนไพรรักษาโรค” *ศรีนครินทร์เวช
สาร* 10, 4: 152-160

สหัสโรจน์ โรจน์เมธา (2552) “เรื่อง การควบคุมโฆษณา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค* หน่วยที่ 15 หน้า 334 นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (2510) “พระราชบัญญัติ ยา พ.ศ. 2510” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://www.trustmarkthai.com/ifiportal/Portals/trustmarkthai/medicine_legislative.pdf

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี (2555) “สรุปผลการประชุมคณะรัฐมนตรี ประจำวันอาทิตย์ที่ 20 พฤษภาคม 2555” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2556 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=4158

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” วันที่สืบค้นข้อมูล 24 มกราคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2535) “พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://www2.fda.moph.go.th/law/Law_Book.asp?productcd=4&lawid=400000&Contents=1&language=t&lawname=%BE%C3%BA%2E%E0%A4%C3%D7%E8%CD%A7%CA%D3%CD%D2%A7+%BE%2E%C8%2E2535&keyword=&keyword2=&codechk=0

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง (2553) “ข้อมูลสถิติ รายงานสถิติคำขอระบบงานเครื่องสำอาง” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/index.php

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กองควบคุมเครื่องสำอาง (2543) “เอกสารเผยแพร่ คำแนะนำเกี่ยวกับประเภทของเครื่องสำอางตามกฎหมาย” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://newsser.fda.moph.go.th/oss/tha/frontend/fda_main_request_03.php?

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (2554) “ผลงานปราบปราม
ผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายครั้งใหญ่ ส่งท้ายปีงบประมาณ 54 จับผลิตภัณฑ์ยา อาหาร เครื่องมือ
แพทย์ เครื่องสำอาง ผิดกฎหมาย 5 แห่ง รวมมูลค่ากว่า 13 ล้านบาท” ข่าวเพื่อสื่อมวลชน
สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://ecosmetic.fda.moph.go.th/data_center/ifm_mod/nw/%A2%E8%D2%C7%A8%D1%BA%BC%C5%D4%B5%C0%D1%B3%B1%EC%CA%D8%A2%C0%D2%BE%BC%D4%B4%A1%AE%CB%C1%D2%C2_5_%E1%CB%E8%A7%CA%E8%A7%B7%E9%D2%C2%BB%D5%A7%BA_54.pdf

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานยา (2550) “กราฟเปรียบเทียบจำนวนสถานที่ผลิตยา
แผนโบราณ ในต่างจังหวัด และ กทม” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึง
ข้อมูลได้จาก http://wwwapp1.fda.moph.go.th/drug/zone_search/sea001.asp

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานยา (2554) “สถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยา
ทั่วราชอาณาจักร ประจำปี 2554” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2554 เข้าถึงข้อมูลได้
จาก http://wwwapp1.fda.moph.go.th/drug/zone_search/files/sea001_d16.asp

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานยา (2553) “มองเมืองไทยด้วยสถิติ” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8
กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/thailand/thailand.jsp>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550) การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ พ.ศ. 2550 กรุงเทพมหานคร
บริษัท ธนาเพรส จำกัด

สำนักงานสถิติแห่งชาติ บริการข้อมูลสถิติ (2551) “เนื้อที่ และเขตการปกครอง จำแนกเป็นราย
จังหวัด พ.ศ. 2550” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2555 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/servGis/servGis-rep51.html>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ บริการข้อมูลสถิติ (2552) “ผลการสำรวจอนามัยและสวัสดิการ ปี 2552”
สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก
http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/theme_2-5-1.html

ศิริพันธ์ ดิษฐธรรม (2549) “การตลาดธุรกิจอาหารสำหรับผู้ประกอบการใหม่” วารสารสถาบัน
อาหาร 8, 49: 28-29

สุณิรัตน์ จิรเกรียงไกร (2551) “การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร” สาร
นิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- สุปราณี สมนิรัตน์ และคณะ (2537) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาจิตวิทยา
- สุปัญญา ไชยชาญ (2543) *หลักการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร วิสัทธิพัฒนา.
- สุพุกษา ท่าสระ (2551) “พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของประชาชนใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทั่วไป พระนครศรีอยุธยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- สุกมาส อังสุโชติ และคณะ (2552) *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรม
ศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL* กรุงเทพมหานคร เจริญดีมั่งคั่งการพิมพ์
- สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) *พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer behavior* กรุงเทพมหานคร โฮลิสติก พับ
ลิชชิง
- สุรางค์รัตน์ แสงศรี (2552) “โมเดลการรับรู้วัฒนธรรมของสินค้าเครื่องสำอางประเภทแต่งหน้าใน
ประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ปทุมธานี
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- สุริพร มิลิวส์ (2553) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ของ
ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการจัดการทั่วไป อุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- สุวิมล ติรณานันท์ (2553) *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์* กรุงเทพมหานคร
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวิมล แม้นจริง และเกตุร ไขบัวกลิ่น (2550) *การส่งเสริมการตลาด Marketing promotion*
กรุงเทพมหานคร บริษัท เอช เอ็น กรุ๊ป จำกัด
- เสรี ชัดเข้ม และสุชาดา กรเพชรปานิ (2546) “โมเดลสมการโครงสร้าง Structural Equation
Modeling” *วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา* 1, 1: 1-24
- เสรี วงษ์มณฑา (2542) *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร บริษัทธีระฟิล์มและไซ
เท็กซ์ จำกัด
- เสรีวงษ์มณฑา (2547) *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด Integrated marketing communication*
กรุงเทพมหานคร บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- เสาวลักษณ์ วงษ์ราช (2551) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อ
ผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรี ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี” วิทยานิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป ลพบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพ
สตรี

หรรษา มหามงคล (2554) “เวชสำอาง = ยา หรือ เครื่องสำอาง ??” สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27

กันยายน 2554 เข้าถึงข้อมูลได้จาก

http://www.pleasehealth.com/index.php?option=com_content&view=article&id=223:201

1-03-13-13-57-23&catid=4:trendy-health&Itemid=6

อัญชลี งานขยัน (2548) “เวชสำออง” สารจากห้องยา 3, 7 (กรกฎาคม): 1-2

อัญชลี บุตรวิธา (2551) “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ

เครื่องสำอาง”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย
รามคำแหง

อาคาร เปรี้ยวนิ่ม (ม.ป.ป.) จิตวิทยาพัฒนาการ: เอกสารประกอบการสอน วิทยาลัยนครราชสีมา

อาวุธ โสฬิตา (2551) “รูปแบบของโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

เครื่องสำอางของวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี”. วิทยานิพนธ์
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป อุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี

เอกรัฐ แก้วนภาภรณ์ (2553) “คุณค่าตราสินค้าของอินเทอร์เน็ตแพ็คเกจตามมุมมองของผู้บริโภคใน

เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริยฐานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ปทุมธานี

มหาวิทยาลัยรังสิต

Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.

Aaker, D.A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.

Aaker, David A., Kumar, V., & Day, George S. (2007). *Marketing research*. 9th. ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Hoboken.

Aghekyan, Marine. (2009). *The role of product brand image and online store image on perceived risks and online purchase intentions*. Ph.D. 3386176, Auburn University, United States -- Alabama. Retrieved from

<http://search.proquest.com/docview/304847641?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PODT) database.

Ahmed, Alamro, & Jennifer, Rowley. (2011). "Antecedents of brand preference for mobile telecommunications services." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20(Iss: 6), pp.475 - 486.

- Amatulli, Cesare, & Guido, Gianluigi. (2011). "Determinants of purchasing intention for fashion luxury goods in the Italian market: A laddering approach." *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 15(Iss: 1), pp.123 – 136.
- An-Tien, Hsieh, & Chung-Kai, Li. (2008). "The moderating effect of brand image on public relations perception and customer loyalty." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26(Iss: 1), pp.26 – 42.
- Ana, M. González, & Laurentino, Bello. (2002). "The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers." *European Journal of Marketing*, Vol. 36(Iss: 1/2), pp.51 – 85.
- Anderson, James C., & Gerbing, David W. (1988). "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach." *Psychological Bulletin*, Vol 103(3), pp.411-423. doi: doi: 10.1037/0033-2909.103.3.411
- Anita, Radón. (2012). "Unintended Brand Endorsers' Impact on Luxury Brand Image." *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4(Iss: 1), pp.108-115.
- Archana, Vahie, & Audhesh, Paswan. (2006). "Private label brand image: its relationship with store image and national brand." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 34(Iss: 1), pp.67 – 84.
- Arijit, Sikdar, & Prakash, Vel. (2010). "Getting the customer interested in your innovation: role of distribution and promotion strategies." *Business Strategy Series*, Vol. 11(Iss: 3), pp.158 – 168.
- Ashutosh, Prasad, & Suresh, P. Sethi. (2009). "Integrated marketing communications in markets with uncertainty and competition." *Automatica*, 45(3), 601-610. doi: 10.1016/j.automatica.2008.09.018.
- Assael, Henry. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 5th. ed. The United of America: International Thomson.
- Ataman, Berk, & Ülengin, Burç. (2003). "A note on the effect of brand image on sales." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 12 (Iss: 4), pp.237 - 250.
- Aziz, Norzalita Abd, Yasin, Norjaya Mohd PhD, & Kadir, Sharifah Latifah Syed A. PhD. (2008). "Web Advertising Beliefs and Attitude: Internet Users' View." *The Business Review, Cambridge*, Vol. 9(Iss: 2), pp. 332-338.

- Bashar, S. Gammoh, Anthony, C. Koh, & Sam, C. Okoroafo. (2011). "Consumer culture brand positioning strategies: an experimental investigation." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20 (Iss: 1), pp.48 - 57.
- Batra, Rajeev, Myers, John G., & Aaker., David A. (1996). *Advertising management*. 5th. ed. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River
- Belaid, Samy, & Behi, Azza Temessek. (2011). "The role of attachment in building consumer-brand relationships: an empirical investigation in the utilitarian consumption context." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20 (Iss: 1), pp.37 - 47.
- Benedicktus, Ray L. (2008). *Psychological distance perceptions and trust beliefs for Internet-only and hybrid retailers: Implications for marketers*. Ph.D. 3321457, The Florida State University, United States -- Florida. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/89248570?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Biel, A.L. (1992). "How brand image drives brand equity." *Journal of Advertising Research*, Vol. 32 (No.6), pp.6-12.
- Boonghee, Yoo, Naveen, Donthu, & Sungho, Lee. (2000). "An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity." *Journal of the Academy of Marketing* vol. 28(no. 2), pp.195-211
- Bruno, van Pottelsberghe de la Potterie, Siska, Vandecandelaere, & Emmanuele, de Béthune. (2008). Policy recommendations for the Belgian patent system. *World Patent Information*, 30(4), 309-319. doi: 10.1016/j.wpi.2007.12.001
- Buil, Isabel, de Chernatony, Leslie, & Martínez, Eva. (2011). "Examining the role of advertising and sales promotions in brand equity creation." *Journal of Business Research*(0), 8. doi: 10.1016/j.jbusres.2011.07.030
- Byrne, Barbara M. (2006). *Structural equation modeling with EQS : basic concepts, applications, and programming*. 2nd. ed. Mahwah, N.J: Lawrence Erlbaum Associates.
- Campbell, M. C. (2002). "Building brand equity." *International Journal of Medical Marketing*, 2(3), 208-218.

- Carla, Ruiz Mafé, & Silvia, Sanz Blas. (2008). "The impact of television dependency on teleshopping adoption." *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 2(Iss: 1), pp.5 - 19.
- Charles, E. Pettijohn, Elizabeth, J. Rozell, & Andrew, Newman. (2010). "The relationship between emotional intelligence and customer orientation for pharmaceutical salespeople: A UK perspective." *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 4(Iss: 1), pp.21 - 39.
- Cherukuri, Jayasankara Prasad, & Ankiseti, Ramachandra Aryasri. (2011). "Effect of shopper attributes on retail format choice behaviour for food and grocery retailing in India." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39(Iss: 1), pp.68 - 86.
- Chieh-Wen, Sheng, Ming-Jian, Shen, & Ming-Chia, Chen. (2008). "Special interest tour preferences and voluntary simplicity lifestyle." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 2(Iss: 4), pp.389 – 409.
- Chien-Wei, Chen, Chung-Chi, Shen, & Wan-Yu, Chiu. (2007). "Marketing communication strategies in support of product launch: An empirical study of Taiwanese high-tech firms." *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1046-1056. doi: 10.1016/j.indmarman.2006.08.002
- Christian, Grönroos. (2004). "The relationship marketing process: communication, interaction, dialogue, value." *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 19(Iss: 2), pp.99 - 113.
- Christine, T. Ennew, & Anita, Fernandez-Young. (2006). "Weapons of mass instruction? The rhetoric and reality of online learning." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24(Iss: 2), pp.148 - 157.
- Crobach, J. (1990). *Essential of Psychology Testing*. New York: Hanpercollishes.
- David, E. Gray. (2009). *Doing research in the real world*. 2nd. ed. Los Angeles: SAGE.
- David, Pickton, & Amanda, Broderick. (2005). *Integrated marketing communications*. 2nd. ed. Harlow, Essex: Pearson Education.
- Dawn, Dobni, & George, M. Zinkhan. (1990). "IN SEARCH OF BRAND IMAGE: A FOUNDATION ANALYSIS." *Association for Consumer Research*, V.17, pp.110-119.

- De Ruyter, Ko, Moorman, Luci, & Lemmink, Jos. (2001). "Antecedents of Commitment and Trust in Customer–Supplier Relationships in High Technology Markets." *Industrial Marketing Management*, 30(3), 271-286. doi: 10.1016/s0019-8501(99)00091-7
- Dee, K. Knight, & Eun, Young Kim. (2007). "Japanese consumers' need for uniqueness: Effects on brand perceptions and purchase intention." *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 11(Iss: 2), pp.270 – 280.
- DelVecchio, Devon, Henard, David H., & Freling, Traci H. (2006). "The effect of sales promotion on post-promotion brand preference: A meta-analysis." *Journal of Retailing*, 82(3), 203-213. doi: 10.1016/j.jretai.2005.10.001
- Dennis, A. Pitta, Margit, Weisgal, & Peter, Lynagh. (2006). "Integrating exhibit marketing into integrated marketing communications." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23 (Iss: 3), pp.156 - 166.
- Diamantopoulos, Adamantios, & Siguaw, Judy A. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*. London: Sage Publications.
- Don, Schultz, & Hcidi, Schultz. (2004). *IMC-the next generation: Five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication*. New York: McGraw-Hill.
- Donald, R. Cooper, & Pamela, S. Schindler. (2008). *Business Research Methods*. 10th. ed. New York: McGraw-Hill.
- Dongjin, Li, Shenghui, An, & Jongseok, Ahn. (2010). "Regional differences of country image effect in Chinese market." *Nankai Business Review International.Bingley*, Vol.1(Iss.1), pp.39.
- Duncan, Tom. (2005). *Principles of advertising & IMC*. 2nd. ed. Chicago: McGraw-Hill/Irwin
- Elena, Delgado-Ballester, & José, Luis Munuera-Alemán. (2005). "Does brand trust matter to brand equity?" *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 14(Iss: 3), pp.187 - 196.
- Pet, E.; Rușeț, C.; Vening, A.; Iancu, T.; Brad, I.; Ciolac, R. (2009). "THE ROLE OF PACKAGING IN THE MARKETING OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS." *Management Agricol*, Vol: XI(Issue: 2), No.: 553-558
- Elyria, Kemp, & My~, Bui. (2011). "Healthy brands: establishing brand credibility, commitment and connection among consumers." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28(Iss: 6), pp.429 - 437.

- En-Chi, Chang, & Bo, Luan. (2010). "Chinese consumers' perception of hypermarket store image." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22 (Iss: 4), pp.512 – 527.
- Essam, E. Ibrahim, Matthew, Joseph, & Kevin, I.N. Ibeh. (2006). "Customers' perception of electronic service delivery in the UK retail banking sector." *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24(Iss: 7), pp.475 - 493.
- Eva, M. and M. P. José (2003). "The negative impact of brand extensions on parent brand image." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 12 (Iss: 7): pp.432 - 448.
- F. Müge Arslan, Oylum Korkut Altuna. (2010). "The effect of brand extensions on product brand image." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 19(Iss: 3), pp.170 - 180.
- Fabry, Bernd, Ernst, Holger, Langholz, Jens, & Köster, Martin. (2006). "Patent portfolio analysis as a useful tool for identifying R&D and business opportunities—an empirical application in the nutrition and health industry." *World Patent Information*, 28(3), 215-225. doi: 10.1016/j.wpi.2005.10.004
- Fornell, Claes, & Yi, Youjae. (1992). "Assumptions of the Two-Step Approach to Latent Variable Modeling." *Sociological Methods Research*, vol. 20(no. 3), pp.291-320. doi: 10.1177/0049124192020003001
- Gary, A. Knight, & Roger, J. Calantone. (2000). "A flexible model of consumer country-of-origin perceptions: A cross-cultural investigation." *International Marketing Review*, Vol. 17(Iss: 2), pp.127 - 145.
- Gemma, Roach. (2009). "Consumer perceptions of mobile phone marketing: a direct marketing innovation." *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 3(Iss: 2), pp.124 - 138.
- George, S. Low, & Charles, W. Lamb Jr. (2000). "The measurement and dimensionality of brand associations." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 9(Iss: 6), pp.350 - 370.
- Gilbert, A. Churchill. (1991). *Marketing Research Methodological Foundation*. 5th. ed. Philadelphia: The Dryden Press.
- Gillian, Horan, Michele, O'Dwyer, & Siobhan, Tiernan. (2011). "Exploring management perspectives of branding in service SMEs." *Journal of Services Marketing*, Vol. 25(Iss: 2), pp.114 - 121.

- Gireesh, V. Gupchup, Upendra, L. Abhyankar, Marcia, M. Worley, Dennis, W. Raisch, Aditya, A. Marfatia, & Rocsanna, Namdar. (2006). "Relationships between Hispanic ethnicity and attitudes and beliefs toward herbal medicine use among older adults." *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 2(2), 266-279. doi: DOI: 10.1016/j.sapharm.2006.02.002
- Guohua, Wu. (2011). "Country image, informational influence, collectivism/individualism, and brand loyalty: exploring the automobile purchase patterns of Chinese Americans." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28(Iss: 3), pp.169 - 177.
- Hair, Jr JF, Black, WC, Babin, BJ, & Anderson, RE. (2010). *Multivariate data analysis : a global perspective*. 7th. ed. New Jersey: Pearson: Upper Saddle River.
- Hale, Dena. (2008). *Antecedents and consequences of consumer service decision-making self-efficacy*. Ph.D. 3320335, Southern Illinois University at Carbondale, United States -- Illinois. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304469420?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Hawkins, Del I., & Mothersbaugh., David L. (2010). *Consumer behavior: building marketing strategy*. 11th. ed. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Hobson, Paula Lee. (2008). *Integrated marketing communications at community colleges*. M.A. 1453583, University of Nevada, Reno, United States -- Nevada. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/89143045?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Hong-Youl, Ha, Joby, John, Swinder, Janda, & Siva, Muthaly. (2011). "The effects of advertising spending on brand loyalty in services." *European Journal of Marketing*, Vol. 45 (Iss: 4), pp.673 – 691.
- Hsiang-Ming, Lee, Chi, Lee Ching -, & Chen, Wu Cou -. (2011). "Brand Image Strategy Affects Brand Equity after M&A." *European Journal of Marketing*, Vol. 45(Iss: 7/8), pp.1091 - 1111.

- Hur, Yoonkyung. (2009). *Employee training and job satisfaction and their effects on restaurant internal brand image*. M.S. 1470057, Purdue University, United States -- Indiana.
Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304988013?accountid=44783>
ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Hyun-Joo, Lee, Archana, Kumar, & Youn-Kyung, Kim. (2010). "Indian consumers' brand equity toward a US and local apparel brand." *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 14(Iss: 3), pp.469 - 485.
- Iacobucci, Dawn, & Gilbert A. Churchill, Jr. (2010). *Marketing research : methodological foundations* 10th ed. Australia: South-Western Cengage Learning.
- Ike-Elechi, Ogba, & Zhenzhen, Tan. (2009). "Exploring the impact of brand image on customer loyalty and commitment in China." *Journal of Technology Management in China*, Vol. 4(Iss: 2), pp.132 - 144.
- Insa-Mascha, Matthiesen, & Ian, Phau. (2010). "Brand image inconsistencies of luxury fashion brands: A buyer-seller exchange situation model of Hugo Boss Australia." *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 14(Iss: 2), pp.202 - 218.
- Isita, Lahiri, & Amitava, Gupta. (2009). "Dilution of brand extensions: a study." *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 19(Iss: 1), pp.45 – 57.
- Jagmohan S, Raju. (1995). "Theoretical models of sales promotions: Contributions, limitations, and a future research agenda." *European Journal of Operational Research*, 85(1), 1-17.
doi: 10.1016/0377-2217(94)00275-h
- Janet, Ward. (2010). "The avatar lecturer: learning and teaching in Second Life." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 28(Iss: 7), pp.862 - 881.
- Jared, M. Hansen, & Michael, A. Levin. (2010). "Retail e-learning assessment: motivation, location, and prior experience." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 38(Iss: 10), pp.789 - 805.
- Jason, Y. C. Ho, & Melanie, Dempsey. (2010). "Viral marketing: Motivations to forward online content." *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1000-1006. doi: DOI: 10.1016/j.jbusres.2008.08.010

- Jean, Boisvert, & AshillNick, J. (2011). "How brand innovativeness and quality impact attitude toward new service line extensions: the moderating role of consumer involvement." *Journal of Services Marketing*, Vol. 25(Iss: 7), pp.517 - 527.
- Jeffrey, E. Danes, Jeffrey, S. Hess, John, W. Story, & Jonathan, L. York. (2010). "Brand image associations for large virtual groups." *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 13(Iss: 3), pp.309 – 323.
- Jessica, Helmi, & Riza, Casidy Mulyanegara. (2011). "A Conceptual Framework on the Relationship between Nation Brand Perception and Donation Behaviour." *International Journal of Business and Management*, Vol. 6 (Iss: 12), pp.36-43.
- Jing, Yang, Thomas, G. Brashear Alejandro, & James, S. Boles. (2011). "The role of social capital and knowledge transfer in selling center performance." *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 26(Iss: 3), pp.152 - 161.
- Joanne, R. Smith, Shuang, Liu, Peter, Liesch, Cindy, Callois, Ren, Yi, & Stephanie, Daly. (2010). "The role of behavioral, normative, and control beliefs in the consumption of Australian products and services by Chinese consumers." *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 18(4), 206-213. doi: DOI: 10.1016/j.ausmj.2010.07.001
- Johan, Anselmsson, Ulf, Johansson, & Niklas, Persson. (2007). "Understanding price premium for grocery products: a conceptual model of customer-based brand equity." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16(Iss: 6), pp.401 - 414.
- Jose, M. Pina, Eva, Martinez, Leslie, de Chernatony, & Susan, Drury. (2006). "The effect of service brand extensions on corporate image: An empirical model." *European Journal of Marketing*, Vol. 40(Iss: 1/2), pp.174 - 197.
- Joyce, Koe Hwee Nga, & Soo, Wai Mun (Nadiyah Soo). (2011). "The influence of MLM companies and agent attributes on the willingness to undertake multilevel marketing as a career option among youth". *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 5(Iss: 1), pp.50 - 70.
- Kambiz, Heidarzadeh Hanzae, & Hamid, Saeedi. (2011). "A Model of Destination Branding For Isfahan City: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image." *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, Vol. 1(Iss: 4), pp.12-28.

- Kang, Juhee. (2011). *Social media marketing in the hospitality industry: The role of benefits in increasing brand community participation and the impact of participation on consumer trust and commitment toward hotel and restaurant brands*. Ph.D. 3494053, Iowa State University, United States -- Iowa. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/919703655?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Kaplan, David. (2000). *Structural Equation Modeling: Foundations and Extensions*. Thousand Oake: Sage Publications.
- Karl, G. Joreskog, & Dag, Sorbom. (1993). *LISREL 8 : Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Chicago: Scientific Sofeware International.
- Kaynak, E., & Kara, A. (2001). "An Examination of the Relationship among Consumer Lifestyles, Ethnocentrism, Knowledge Structures, Attitudes and Behavioural Tendencies: A Comparative Study in Two CIS States." *International Journal of Advertising*, Vol. 20(Iss: 4), 457-482.
- Keller, Kevin Lane. (1993). "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." *The Journal of Marketing*, Vol. 57(No.1), p.1-22.
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. NJ: Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Kerin, Roger A., Hartley, Steven W., Rudelius, William, & theng, Lau Geok. (2009). *marketing in asia*. 9th. ed. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler, Philip, & Andreasen, A.R. (1996). *Strategic Marketing for Nonprofit Marketing*. 5th. ed. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Inc.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2012). *Principles of marketing*. 14th. ed. New Jersey: Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, Philip, Kartajaya, Hermawan, & Setiawan, Iwan. (2010). *Marketing 3.0 : from products to customers to the human spirit*. New Jersey: John Wiley & Sons, inc., Hoboken.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing management*. 13th. ed. New Jersey: Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Kunal, Swani, & Boonghee, Yoo. (2010). "Interactions between price and price deal." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 19(Iss: 2), pp.143 - 152.

- Kyoung-Nan, Kwon, Mi-Hee, Lee, & Jin, Kwon Yoo. (2008). "The effect of perceived product characteristics on private brand purchases." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 25(Iss: 2), pp.105 – 114.
- LaCaze, Tray. (2001). *The changing face of Ralph Lauren's advertising: A new lifestyle image and increased nudity*. M.A. 1411004, University of North Texas, United States -- Texas. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304714690?accountid=44783ABI/INFORM> Complete; ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Lassar, W., Mittal, B., & Sharma, A. (1995). "Measuring Customer-Based Brand Equity." *Journal of Consumer Marketing*, Vol.12(Iss: 4), pp.11-19.
- Li, Fei. (2009). *Design of a quality control framework for corporate e-learning systems*. The University of Regina (Canada) M.Sc., The University of Regina (Canada), Canada. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304957292?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses A&I database.
- Li, Hongyan. (2009). *Dynamic performance of restructured wholesale power markets with learning generation companies: An agent-based test bed study*. Electrical and Computer Engineering Ph.D., Electrical and Computer Engineering, United States -- Iowa. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304905695?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses A&I database.
- Li, Wai-Kwan, & Wyer Jr, Robert S. (1994). "The role of country of origin in product evaluations: Informational and standard-of-comparison effects." *Journal of Consumer Psychology*, 3(2), 187-212. doi: 10.1016/s1057-7408(08)80004-6
- Lois, Shufeldt, Barbara, Oates, & Bobby, Vaught. (1998). "Is lifestyle an important factor in the purchase of OTC drugs by the elderly?" *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 15(Iss: 2), pp.111 – 124.
- Lu Ting Pong, Johnny (2002). *An integrated model of service loyalty*. M.Phil., The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong. Retrieved from <http://repository.lib.polyu.edu.hk/jspui/bitstream/10397/2280/2/b16416132.pdf>

- Luca, Cian, & Sara, Cervai. (2011). "The Multi-Sensory Sort (MuSeS) A new projective technique to investigate and improve the brand image." *Qualitative Market Research: An International Journal* Vol. 14 (Iss: 2), pp. 138-159.
- Maha, Mourad, Christine, Ennew, & Wael, Kortam. (2011). "Brand equity in higher education." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 29(Iss: 4), pp.403 - 420.
- Manchanda, P., & Honka, E. (2005). "The effects and role of direct-to-physician marketing in the pharmaceutical industry: an integrative review." *Yale Journal of Health Policy, Law and Ethics*, Vol. 5(No.2), pp.785-822.
- Marconi, J. (1993). *Beyonding : How savvy Marketers build Brand equity to create products and open new markets*. Chicago, IL: Probus.
- Maria, Holmlund, & Tore, Strandvik. (1999). "Perception configurations in business relationships." *Management Decision*, Vol. 37(Iss: 9), pp.686 - 696.
- Mark, C. Johlke. (2006). "Sales presentation skills and salesperson job performance." *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 21(Iss: 5), pp.311 - 319.
- Mary, Ann Eastlick, & Sherry, Lotz. (2011). "Cognitive and institutional predictors of initial trust toward an online retailer." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39(Iss: 4), pp.234 - 255.
- Mei-Fang, Chen. (2009). "Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle." *British Food Journal*, Vol. 111(Iss: 2), pp.165 – 178.
- Melissa, Davis. (2005). *More than a name : an introduction to branding*. Switzerland: AVA Book.
- Michael, Blackman. (2010). "Other short communications." *World Patent Information*, 32(1), 62-65. doi: 10.1016/j.wpi.2009.09.011
- Miyazawa, Takashi, & Osada, Hiroshi. (2011). "Change of claim structures of market leaders' Japanese published unexamined patent applications according to the degree of technology maturity." *World Patent Information*, 33(2), 180-187. doi: 10.1016/j.wpi.2011.01.007

- Musa, Pinar, Paul, Trapp, Tulay, Girard, & Thomas, E. Boyt. (2011). "Utilizing the brand ecosystem framework in designing branding strategies for higher education." *International Journal of Educational Management*, Vol. 25(Iss: 7), pp.724 - 739.
- Nancy, L. Cassill, & Mary, Frances Drake. (1987). "Apparel Selection Criteria Related to Female Consumers' Lifestyle." *Clothing and Textiles Research Journal* 8 vol. 6 (no. 1), pp.20-22.
- Narumon, Kimpakorn, & Gerard, Tocquer. (2010). "Service brand equity and employee brand commitment." *Journal of Services Marketing*, Vol. 24 (Iss: 5), pp.378 - 388.
- Nicolas, Guéguen, & Patrick, Legohérel. (2004). "Numerical encoding and odd-ending prices: The effect of a contrast in discount perception." *European Journal of Marketing*, Vol. 38(Iss: 1/2), pp.194 - 208.
- Norjaya, Mohd Yasin, Mohd, Nasser Noor, & Osman, Mohamad. (2007). "Does image of country-of-origin matter to brand equity." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16(Iss: 1), pp.38 - 48.
- Oliver, Koll, & Sylvia, von Wallpach. (2009). "One brand perception? Or many? The heterogeneity of intra-brand knowledge." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 18(Iss: 5), pp.338 – 345.
- Park, Sang Hee. (2009). *The antecedents and consequences of brand image: Based on Keller's customer-based brand equity*. Ph.D. 3393245, The Ohio State University, United States - Ohio. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304985734?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Patrick, Vyncke. (2002). "Lifestyle Segmentation: From Attitudes, Interests and Opinions, to Values, Aesthetic Styles, Life Visions and Media Preferences." *European Journal of Communication*, vol. 17(4), pp. 445-463.
- Paul, Chao. (1998). "Impact of Country-of-Origin Dimensions on Product Quality and Design Quality Perceptions." *Journal of Business Research*, 42(1), 1-6. doi: 10.1016/s0148-2963(97)00129-x.
- Paul, Christ, & Rolph, Anderson. (2011). WThe impact of technology on evolving roles of salespeople." *Journal of Historical Research in Marketing*, Vol. 3(Iss: 2), pp.173 - 193.
- Peter, J. Danaher, & John, R. Rossiter. (2011). "Comparing perceptions of marketing communication channels." *European Journal of Marketing*, Vol. 45(Iss: 1/2), pp.6 - 42.

- Philip, J. Kitchen, Don, E. Schultz, Ilchul, Kim, Dongsub, Han, & Tao, Li. (2004). "Will agencies ever "get" (or understand) IMC?" *European Journal of Marketing*, Vol. 38(Iss: 11/12), pp.1417 - 1436.
- Plummer, J.T. (1974). "The Concept and Application of Life Style Segmentation." *Journal of Marketing*, Vol.38(January), pp.33-37.
- Rafael, Bravo, Nina, M. Iversen, & José, M. Pina. (2011). "Expansion strategies for online brands going offline." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 29(Iss: 2), pp.195 - 213.
- Rajat, Roy, & Ryan, Chau. (2011). "Consumer-based brand equity and status-seeking motivation for a global versus local brand." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 23(Iss: 3), pp.270 - 284.
- Raquel, Reis, Caroline, Oates, Martina, McGuinness, & Dominic, Elliott. (2009). "Developing BTB relationships through direct marketing: customers' perceptions." *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 3(Iss: 3), pp.203 - 221.
- Reynold, F. D., & Darden, W. R. (1974). *Constructing life-style and psychographics* (In W. D. Wells ed.): Life-style and psychographics (pp 71-95). Chicago: AMA.
- Reza, Motameni, & Manuchehr, Shahrokhi. (1998). "Brand equity valuation: a global perspective." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 7(Iss: 4), pp.275 - 290.
- Rosa, E. Rios, & Hernan, E. Riquelme. (2008). "Brand equity for online companies." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26(Iss: 7), pp.719 - 742.
- Rui, Vinhas Da Silva, & Sharifah, Faridah Syed Alwi. (2008). "The link between offline brand attributes and corporate brand image in bookstores." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 17(Iss: 3), pp.175 - 187.
- Ruoh-Nan, Yan, & Molly, Eckman. (2009). "Are lifestyle centres unique? Consumers' perceptions across locations." *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 37(Iss: 1), pp.24 – 42.
- Rupert, Eales-White. (2004). "Eliminating perception gaps." *Industrial and Commercial Training*, Vol. 36(Iss: 6), pp.234 - 237.
- Ruth, M.W. Yeung, & Joe, Morris. (2001). "Food safety risk: Consumer perception and purchase behaviour." *British Food Journal*, Vol. 103(Iss: 3), pp.170 - 187.

- Saikat, Banerjee, & Sampada, Kumar Dash. (2011). "Factors influencing scope and acceptability of E-detailing as a pharmaceutical marketing communication tool in emerging economies like India: Views of the company personnel." *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 5(Iss: 2), pp.153 - 168.
- Sally, Harridge-March. (2008). "Direct marketing and relationships: An opinion piece." *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 2(Iss: 4), pp.192 - 198.
- Sana-ur-Rehman, Sheikh, & Rian, Beise-Zee. (2011). "Corporate social responsibility or cause-related marketing? The role of cause specificity of CSR." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28(Iss: 1), pp.27 – 39.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. (1994). *Consumer behavior*. 5th. ed. New York: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer behavior*. 9th. ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Selker, Stephanie M. (2011). *Enhancing publicity and promotion: Applying Gerard Hauser's theory of reticulate public spheres to encourage discourse for Integrated Marketing Communication (IMC)*. Ph.D. 3454638, Duquesne University, United States -- Pennsylvania. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/870398687?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Seo, Won Jae. (2010). *Understanding the impact of visual image and communication style on consumers' response to sport advertising and brand: A cross-cultural comparison*. Ph.D. 3428991, The University of Texas at Austin, United States -- Texas. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/760115360?accountid=44783> ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) database.
- Shaharudin, Mohd Rizaimy, Hassan, Anita Abu, Mansor, Suhardi Wan, Elias, Shamsul Jamel, Harun, Ety Harniza, & Aziz, Nurazila Abdul. (2010). "The Relationship Between Extrinsic Attributes of Product Quality with Brand Loyalty on Malaysia National Brand Motorcycle/Scooter." *CANADIAN SOCIAL SCIENCE* Vol. 6(No. 3), pp. 165-175

- Shamindra, Nath Sanyal, & Saroj, Kumar Datta. (2011). "The effect of country of origin on brand equity: an empirical study on generic drugs." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20(Iss: 2), pp.130 - 140.
- Siet, Sijtsema, Gé, Backus, Anita, Linnemann, & Wim, Jongen. (2009). "Linking perception of health-promoting food attributes to tangible product characteristics." *British Food Journal*, Vol. 111 (Iss: 3), pp.207 - 222.
- Simms, C.D., & Trott, P. (2006). "The perceptions of the BMW Mini brand: the importance of historical associations and the development of a model." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 15(Iss: 4), pp.228 - 238.
- Simon, J. Pervan, Liliana, L. Bove, & Lester, W. Johnson. (2009). "Reciprocity as a key stabilizing norm of interpersonal marketing relationships: Scale development and validation." *Industrial Marketing Management*, 38(1), 60-70. doi: DOI: 10.1016/j.indmarman.2007.11.001
- Solomon, Michael R. (2009). *Consumer behavior : buying, having and being*. 8th. ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Soo-Juan, Tan, & Hwang, Chua Seow. (2004). "While stocks last!" Impact of framing on consumers' perception of sales promotions." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 21(Iss: 5), pp.343 - 355.
- Spry, Amanda, Pappu, Ravi, & Cornwell, T. Bettina. (2011). "Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity." *European Journal of Marketing*, Vol. 45(Iss: 6), pp.882 - 909.
- Stephen, A. Stumpf. (2009). "Promotion to partner: The importance of relationship competencies and interpersonal style." *Career Development International*, Vol. 14(Iss: 5), pp.428 - 440.
- Suhwan, Jeon, Young-Gul, Kim, & Joon, Koh. (2011). "An integrative model for knowledge sharing in communities-of-practice." *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, Vol. 15(Iss: 2), pp. 251-269.
- Susanna, Winter, & Sanna, Sundqvist. (2009). "IMC strategies in new high technology product launches." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 27 (Iss: 2), pp.191 - 215.
- Teresa, Montaner, Leslie, de Chernatony, & Isabel, Buil. (2011). "Consumer response to gift promotions." *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20(Iss: 2), pp.101 - 110.

- Tho, Dinh Nguyen, Nigel, J. Barrett, & Kenneth, E. Miller. (2011). "Brand Loyalty in Emerging Markets." *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 29(Iss: 3), pp.222 - 232.
- Thomas, A. Brunner, & Michael, Siegrist. (2011). "Lifestyle determinants of wine consumption and spending on wine." *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 23(Iss: 3), pp.210 - 220.
- Timothy A, Lemper. (2011). "Five trademark law strategies for managing brands." *Business Horizons*(0), pp.5. doi: 10.1016/j.bushor.2011.10.005
- Timothy, J. Wilkinson, Anna, McAlister, & Scott, Widmier. (2007). "Reaching the international consumer: An assessment of the international direct marketing environment." *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 1(Iss: 1), pp.17 - 37.
- Timothy, R. Graeff. (1996). "Using promotional messages to manage the effects of brand and self-image on brand evaluations." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 13(Iss: 3), pp.4 – 18.
- Torben, Hansen. (2005). "Understanding consumer perception of food quality: the cases of shrimps and cheese." *British Food Journal*, Vol. 107(Iss: 7), pp.500 - 525.
- Vikas, Gautam. (2011). "Investigating the Moderating Role of Corporate Image in the Relationship between Perceived Justice and Recovery Satisfaction: Evidence from Indian Aviation Industry." *International Review of Management and Marketing* Vol. 1 (Iss: 4), pp.74-85.
- W.Chan, Kim, & Renee, Mauborgne. (2005). *Blue ocean strategy : how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Wells, W.D., & Tigert, D. (1971). "Activities, Interests and Opinions." *Journal of Advertising Research*, Vol.11(August), pp. 27-35.
- Williams, Kaylene C., Page, Robert A., Petrosky, Alfred R., & Hernandez, Edward H. (2010). "Multi-Generational Marketing: Descriptions, Characteristics, Lifestyles, and Attitudes." *The Journal of Applied Business and Economics*, Vol. 11(Iss: 2), pp. 21-36.
- Won-Moo, Hur, Kwang-Ho, Ahn, & Minsung, Kim. (2011). "Building brand loyalty through managing brand community commitment." *Management Decision*, Vol. 49(Iss: 7), pp.1194 - 1213.

- Xi, Weng. (2011). *Essays on market dynamics in the presence of learning*. University of Pennsylvania Ph.D., University of Pennsylvania, United States -- Pennsylvania.
Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/878683262?accountid=44783>
ProQuest Dissertations & Theses A&I database.
- Xian, Guo Li, Xia, Wang, & Yu, Juan Cai. (2011). "Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions -The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes." *Journal of Computers*, Vol. 6 (Iss: 9), pp.1875-1879
- Yamen, Koubaa. (2008). "Country of origin, brand image perception, and brand image structure." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 20 (Iss: 2), pp.139 – 155.
- Yanqun, He, Deqiang, Zou, & Liyin, Jin. (2010). "Exploiting the goldmine: a lifestyle analysis of affluent Chinese consumers." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 27(Iss: 7), pp.615 – 628.
- Yeon, Hee Kim, & Jae-Eun, Chung. (2011). "Consumer purchase intention for organic personal care products." *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28(Iss: 1), pp.40 – 47.
- Yoram, Mitki, & Ram, Herstein. (2011). "From crisis to success: three case studies in organizational learning." *Learning Organization*, Vol. 18(Iss: 6), pp.454 - 467.
- Yu-Te, Tu, Chin-Mei, Wang, & Hsiao-Chien, Chang. (2012). "Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan." *Journal of Social and Development Sciences*, Vol. 3(No. 1), pp. 24-32.