

บรรณานุกรม

- กรณีการ ภูประเสริฐ. (2534). จิตวิทยาผู้บริโภค. ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัตริยาพร เสมอใจ และพัทธินา สมมิ. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.
- ชาติพงษ์ สุนทรฐิติเจริญ. (2545). ทักษะจิตของผู้ชายต่อการใช้เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2542). การแปลแบบทดสอบบุคลิกภาพ NEO-FFI เป็นภาษาไทย. บทความที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2547). การสรรหา การคัดเลือก และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร. ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บงกช ชื่นกลิ่น. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์ญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บิลีนส์ไทย. (2545). พรีเมียมเซท เครื่องสำอางยังฮิต ตามพฤติกรรมลูกค้าติดของแถม. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา [http://www.bcm.arip.co.th/content.php?data=404165_chick &pop](http://www.bcm.arip.co.th/content.php?data=404165_chick&pop) (28 กันยายน 2548).
- ปวิศม พลับพลึง. (2545). Beauty and the brand. นิตยสารแบรนด์เจ. 3(12). 159 – 196.
- ปราณี ภูเจริญไพศาล. (2542). รายงานการวิจัยเรื่อง “ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าในร้านค้าปลีกในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่” ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.

ปิยะวรรณ พุ่มโพธิ์. (2542). *ความภักดีต่อตราสินค้า การขยายตราสินค้า และการประเมินของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ (การโฆษณา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรประภา ชื่อสมศักดิ์. (2544). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้หน้าขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand management*. กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2530). *จิตวิทยาพัฒนาการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ประกายพริก.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2532). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุชา จันทรเฒ และสุรางค์ จันทรเฒ. (2520). *จิตวิทยาพัฒนาการ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.

สุวิมล ศิริกานันท์. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเทกซ์.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2548). *จำนวนประชากรแยกเพศ จำแนกตามตำบลปี 2546*.

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา http://e.chiangmai.go.th/45managd/view_detail_45.php?tid=5 (5 พฤศจิกายน 2548).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Aaker, D.A. (1991). *Managing brand equity : Capitalizing on value of brand name*. New York : Free Press.

Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. (5th ed.). Ohio : South – Western College.

- Baumgartner, H. (2002). Toward a personology of the consumer. *Journal of Consumer Research*. 29(2), 286-292.
- Bloemer, J.M.M., and Kasper, H.D.P. (1995). The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty. *Journal of Economic Psychology*. 16, 311-329.
- Engle, J.F., Blackwell, R.D., and Miniard, P.W. (1995). *Consumer behavior*. (8th ed.). Florida : Harcourt Brace and Company.
- Giddens, N. (2002). *Brand loyalty*. [Online]. Available <http://www.agmrc.org/agmrc/business/operantingbusiness/brandloyalty.htm> [2005, September 28].
- Lamb, C.W., Hair, J.F., and McDaniel, C. (1999). *Essentials of marketing*. Ohio : South-Western College.
- Harrell, G. (1986). *Consumer behavior*. Florida : Harcourt Brace Jovanovich.
- Kassin, S. (1997). *Psychology*. (2nd ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (1997). *Marketing an introduction*. (4th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Mooradian, T.A., and Olver, J.M. (1996). Shopping motives and the five factor model : an intergration and preliminary study. *Psychological Reports*, 78, 579-592.
- Morris, C.G., and Moisto, A.A. (2002). *Psychology : An introduction*. (11th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Odekerken-Schroder, G., Wulf K.D, and Schumacher, P. (2003). Strengthening outcome of retailer-consumer relationships : The dual impact of relationship marketing tactics and consumer personality. *Journal of Business Research*, 56, 177-190.
- Odin, N., Odin, Y., and Valette-Florence, P. (2001). Conceptual and operational aspects of brand loyalty an empirical investigation. *Journal of Business Research*. 53, 75-84.

- Patterson and Anuwichanont (2006). *The impact of key personality constructs on the satisfaction, trust, loyalty relationship in a services context*. [Online]. Available <http://www.smib.vuw.ac.nz:8081/www/Patterson.pdf> [2006, March 9].
- Peter, P.J., and Olson, C.J. (1993). *Consumer behavior and marketing strategy*. (3rd ed.). Chicago : Richard D. Irwin.
- Pont, M., and McQuilken, L. (2002). "Testing the factor structure of behavioral-intentions battery : An empirical study of Australian banking industry". AZMAC 2002, Conference Proceeding. p. 2901-2907.
- Schiffman, G.L., and Kanuk, L.L. (1991). *Consumer behavior*. (4th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Shim, S. (1996). Adolescent consumer decision – making styles : The consumer socialization perspective. *Psychology & Marketing*. 13 (6), 547-569.
- Solomon, M.R. (1992). *Consumer behavior : Buying, having, and being*. Boston : Allyn and Bacon.
- Stone, J.C. (2002). *Compulsive buying: Review and relevance to consumer debt management*. [Online]. Available <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=725942091&sid=2&Fmt=2&clientId=44651&RQT=309&VName=PQD> [2005, October 27].
- Vazquez-Carrasco, R., and Foxall, G.R. (2005). Influence of personality traits on satisfaction, perception of relational benefits, and loyalty in personal service context. *Journal of Retailing and Consumer Services*. In press.