

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรี และปรารธนา ปุณณกิติเกษม. (2554, ตุลาคม - ธันวาคม). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัยและพัฒนาจร. มหาวิทยาลัยมหิดล*, (34), 4.
- กรมการท่องเที่ยว. (2555). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555 – 2560*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา. (2555). *การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิร.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- จิราพัชร อัครฤทธิพรหม. (2555). *การศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์การบริการสะดวกชีวิตสบายของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในเมืองปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.
- จารุบุญณ์ ปานานนท์. (2553). การสร้างสรรค์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 2(9), 8-12.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- . (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตรชัย หวังมีจมี. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกศูนย์การแพทย์โรงพยาบาลกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชนานาถ พูลผล. (มกราคม – มีนาคม, 2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าสลิมมิงพลัสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(85), 81-94.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชลลดา มงคลวนิช. (2556, มกราคม-มิถุนายน). ภาพลักษณ์ตลาดน้ำในสายตาของเยาวชนไทย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม*. 25(14).
- ชลธิชา ดิษฐเกสร. (2553). *การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการร้านค้า ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา: ตลาดดอนหวาย จ.นครปฐม*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชื่นนภา อื้อศรีวงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของศูนย์ออกกำลังกาย *Super Health Fitness* จังหวัดนครราชสีมา. 18 กุมภาพันธ์ 2558 http://ebooks.dusit.ac.th/sdubook/openbook.nsp?view=IKNOW&db0=ThesisManagement&cid_bookid=&cid_chapid=10000000001&recid=&numresults=10
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ, ยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์, ยุทธนา ธรรมเจริญ, อุไรวรรณ แยมเนียม และอดิลา พงศ์ยี่หล้า. (2547). *การจัดการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- นงนุช รุจิรังสีมันต์กุล. (2549). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการบริการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา - เขาวง*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2538). การบริหารการตลาดธุรกิจท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 1(14), 39-43.
- เบญจา จันท. (2545). *แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน*. การค้นคว้าแบบอิสระ. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปราโมทย์ สถิตย์วรกุล. (2547). *ทัศนคติและแนวโน้มการใช้บริการซ้ำของลูกค้าของ สถาบันสอนภาษาอังกฤษ อีเอฟ อิงลิชเฟิร์สท์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ. (2557). 18 กุมภาพันธ์ 2558 <http://spssthis.blogspot.com>
- ปานวัฒน์ อุทัยเลิศ. (2551). *การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระทีก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ล.
- พัฒนชฎานันท์ วงศ์ชมภู และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (มกราคม-มีนาคม, 2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าสีใจตันของผู้บริโภคในกลุ่มบ้าน ที่อยู่อาศัยที่ซื้อตรงกับบริษัทในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3(1).
- พัชรา ลากลิ้อย. (2546). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการสอน องค์ประกอบการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.

- เพชร บุดสีทา. (2556). *การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุมจังหวัดกำแพงเพชร*. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, ภาพิมล ปิ่นแก้ว, ปาลินี สกุกตั้งมณีรัตน์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนัดศิลปะในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *Veridian E-Journal, SU 6(1)*, January – April 2013.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). *หลักสูตรการสร้างเครื่องมือการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. นนทบุรี: ผู้แต่ง.
- ยุงทอง รวมสุข. (2549). *ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจในคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวในการพยากรณ์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2546). *การตรวจสอบและการประเมินภาพลักษณ์*. 18 กุมภาพันธ์ 2558 http://openbook.nsp?view=IKNOW&db0=ThesisManagement&cid_bookid=&cid_&recid=&numresults=10
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำไทรน้อย*. วิทยานิพนธ์. จ.นนทบุรี. งานวิจัย. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- วิภาวรรณ ดาราฉาย. (2556). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิวัฒน์ จันทร์กึงทอง, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว และกนกวรรณ วัตกีนส์. (2557). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยเหตุและผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง จังหวัดสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ บิสซิเนส เวิร์ล.
- (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. (2557). *การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ*. วิจัย. มหาวิทยาลัยพายัพ.
- ศุภวรรณ เจริญชัยสมบัติ. (2554). *การเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชนจากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมศักดิ์ ตรียาภิ. (2552). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์และความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมิต สัจฉกร (2546). *การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: ธีการพิมพ์.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สายใจ ทันการ, สุรัชย์ ปิยานุกูล และจنگล ศิริประภา. (2550). *รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอีสานใต้*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว.
- สืบชาติ อันทะไชย. (2554). *การพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย*. วิทย มหาวชิราวุธราชภัฏอุดรธานี.
- สุจิตรา งามใจ. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ: กรณีศึกษา บริษัทอิชูซุพระนคร จำกัด สาขาคลองหลวง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมณฑลอุดรบุรี.
- สุธาทิพย์ เข็มน้อย. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์. (2532). *ประวัติศาสตร์สังคมของชุมชนในลุ่มน้ำท่าจีน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุริยะ หินเมืองเก่า. (2551). *สังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจพอเพียงตลาดริมน้ำดอนหวาย: ภูมิปัญญาท้องถิ่นบริบทเศรษฐกิจพอเพียงยุค คมช*. กรุงเทพฯ: เพชรเกษมการพิมพ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศจังหวัดนนทบุรีพ.ศ. 2552 – 2554*. รายงานข้อมูลจังหวัดนครปฐม. 15 กรกฎาคม 2557. <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>
- วิภาวรรณ ดาราฉาย. (2556). *การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรุณพร อธิมาตรไมตรี, นิวัฒน์ สวัสดิ์แก้ว, สุเทพ ทิพย์ธารา. (2556). *เปรียบเทียบความพึงพอใจการบริหารด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหอำเภอลาดหญ้าจังหวัดสงขลา*. บทความวิจัยเสนอในการประชุมมหาดไทยวิชาการครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556 (521).
- อภิชาติ อินทร์พงษ์. (2540). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: อุลกกิจออฟเซต.
- อนงค์ ไตวัลย์. (2555). *การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียนอำเภอบางกรวยจังหวัดนนทบุรี*. งานวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อุไรรัตน์ เตชะสวัสดิ์ (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซี.วี.แอล. การพิมพ์.

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Ajzen, I. & fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Amin, M. & Nasharuddin, S. Z. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention. *Clinical Governance: An International Journal*, 18(3), 238-254.
- Baker, D. A. & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Batra, A. (2014). Floating Markets: Balancing the Needs of Visitors as a Tourist Attraction and Locals Way of Life. A Case Study of Talingchan Floating Market, Bangkok Thailand. *World Applied Sciences Journal* 30 (Innovation Challenges in Multidiciplinary Research & Practice), 332-343.
- Brown, T. J. (1999). Antecedents of culturally significant tourist behavior. *Annals of tourism research*, 26(3), 676 -696.
- Burkart, A. J. & Medrik, S. (1981). *Tourism: Part Present and Future*. Oxford: Butterworth-Hienemari Ltd.
- Çoban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232.
- Denzin, N. K. (1970). *The Research Act in sociology*. Chicago: Aldine.
- Eraqi, M. I. (2006). Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internalCustomers.*Benchmarking: An International Journal*. 13(4), 469-492.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Eugenio – Martin, J. L. & Avila- Foucat, S. V. (2005). *Environmental Quality Changes and Repeat Visits in Nature-Based Tourism Destination: The case of Ventanilla, Oaxaca, Mexico*. 2015, February 25. <http://www.nottingham.ac.uk/ttri/.pdf>.
- Groonroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington: Lexington Books.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Jihad, A. A. (2012). The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction in Jerash. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 3(12).
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

- . (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- . (1997). *Marketing Management. International Edition*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Hellier, L. (2003). Customer Repurchase Intention a General Structural Equation Model. *Journal of Marketing*, 11(12), 1762.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off – season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269. 2015, February 25. <http://www.sciencedirect.com>.
- Kim, H. & Richardson, S. L. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237.
- Lennon, R. (2000). A test of a theoretical model of consumer travel behavior: German consumers' perception of Northern Ireland as a tourist destination. *Journal of vacation marketing*, 7(1) practitioner papers, 51-62.
- Lovelock, C. H. & Write, L. K. (1999). *Principles of service marketing and management*. Upper saddle river, NJ: prentice –Hall.
- Lovelock, C. H. (1996). *Services Marketing*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Lewis, R. C. & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality.in emerging perspectives on services marketing. Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. eds., *Chicago: American Marketing*, 99-107.
- Mai, N. K. & Nguyen, T. N. (2014). *FACTORS AFFECTING TOURIST DESTINATION SATISFACTION THROUGH MEDIATING VARIABLE OF PERCEIVED SERVICE QUALITY – A STUDY IN HO CHIMINH CITY, VIETNAM*. International Conference on Business and Economic Research Proceeding.
- Meng, S.-M., Liang G.-S. & Yang S.-H. (2011). The relationships of cruise image, perceived value, satisfaction, and post-purchase behavioral intention on Taiwanese tourists. *African Journal of Business Management*, 5(1), 19-29.
- Mill, R. & Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System: And Introductory Text*. New Jersey: Prince - Hall Intentional Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49, 41-50.
- Pender, N. J. (1996). *Health promotion in nursing practice*. Stamford Appleton Lange.
- Rod, M. & Ashill, N. J. (2010). Management commitment to service quality and service recovery performance: A study of frontline employees in public and private hospitals. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(1), 84-103.

- Rhodes, R. E., et al. (2005). Disentangling motivation, intention and planning in the physical activity domain. *Psychology of sport and exercise*, 7, 15-27
- Tian, S. C. (1999). *Service quality dimensions affecting natures' intentions to Revisit*. 2015, February 25. <http://www.ttra.com/pub/uploads/021.pdf>.
- Wang, Y. & Pizam, A. (2011). *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. Wallington, Oxfordshire, UK: Cambridge, MA: CABI.
- Wong, J. & Law, R. (2003). Difference in shopping satisfaction levels: A study of tourists in Hongkong. *Tourism management*, 24, 401-410.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). *Service marketing*. Boston: McGraw-Hill.