

บรรณานุกรม

- คำรณ สันติพรวิทย์.(2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า. กรุงเทพฯ.
- เนตรชนก วิทยณวงษ์.(2553). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมกันแดดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประพันธ์ ใจวงษ์ษา.(2552).“ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าสำหรับผู้บริโภคเพศชาย ในเขตกรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย
- รัตนสุดา แสงรัตนนา. (2552).“ทัศนคติและพฤติกรรมด้านส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อเครื่องสำอางของ ประชากรในเขตกรุงเทพ”.การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บชม.สาขาวิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อรอุษา กิตติเรืองทอง.(2554) “คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมแบรนด์เนมของ นักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร”. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ
- สุจิตรา ใจมั่น.(2554) “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ คุณค่าตราสินค้า ที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์นำเข้า Jill Stuar” .บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ