บรรณานุกรม

โฆษณากระทิงแดง. (2555). วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤษภาคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.adintrend.com/show_ad.php?id=6659

จรรยา ยามาลี. (2553). *การโฆษณาภาพยนตร์อินดี้มีผลกระทบต่อการเลือกชมของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนินทร์ เทียนเจริญ. (2555). *ตลาดเครื่องดื่มชูกำลังคึกคัก*. วันที่ค้นข้อมูล 27 กรกฎาคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=126051:2012-06-08-15-08-09&catid=85:2009-02-08-11-22-45&Itemid=417

โชติช่วง ชุตินธร. (2528). *คาเฟอีน ให้ประโยชน์ หรือโทษ*. วันที่ค้นข้อมูล 26 มิถุนายน 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.doctor.or.th/article/detail/6065

ทัศนาภรณ์ ทองเที่ยง. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เนตรชนก พึ่งเกษม, โพธิกา ชูเกลี้ยง, ภารตรี จิตตางกูร และสราวุธ บูรพาพัธ. (2545). การกำหนดบุคลิกภาพกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของห้างสรรพสินค้าแ ละการรับรู้ของผู้บริโภค. *วารสารนิเทศศาสตร์, 20*(20), 161-179.

ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ปรเมศวร์ จรัสเมธากุล. (2551). *รายงานการวิจัยเรื่องบุคลิกภาพตราสินค้าของเครื่องดื่มบำรุงกำลัง: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปานหทัย เลิศไตรภพ. (2545). *การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มบำรุงกำลังยี่ห้อกระทิงแดงในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ปิยฉัตร ล้อมชวการ. (2550). *การวิเคราะห์ผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

พรทิพย์ เลือดจีน. (2544). *บุคลิกภาพผู้บริโภค บุคลิกภาพตราสินค้าและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร.* กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิภูษณา ดนตรีรส. (2540). *การศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังทางโทรทัศน์ต่อการบริโภคเครื่องดื่มชูกำลังของพนักงานขับรถของหน่วยงานในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศิวารัตน์ ณ ปทุม. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง.* กรุงเทพฯ: แบรนด์เอจ.

อริชัย อรรคอุดม. (2552). *การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้า เพื่อประยุกต์ใช้ในการสื่อสารการตลาด.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อังสุมาลิน ศิริมงคลกิจ. (2555). *กระทิงแดงปรับหนังโฆษณา เน้นอีโมชั่นนัล ไม่พึ่งคนดัง.* วันที่ค้นข้อมูล 27 กรกฎาคม 2555, เข้าถึงได้จาก http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=94557

Aaker, D. (1996). *Building Strong Brand.* New York: Free Press.

Aaker, J. L. (1997). Dimension of brand personality. *Journal of Marketing Research, 34*(3), 347-356.

_____. (2000). Accessibility or diagnosticity?: Disentangling the influences of culture on persuasion process and attitudes. *Journal of Consumer Research, 26*, 340-356.

Abrera, E. A. (2000). *No Brand Personality? Try Heavy Advertising. Philippine Daily Inquirer interactive.* Retrieved July 17, 2012 from http// www.inquirer.net/issue nov03/features/tea_main.him

Batra, R., Myers, J. G., & Aaker, D. A. (1996). *Advertising Management.* (5th ed). Eaglewood cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Bauer, H. H., Mader, R. & Keller, T. (2000), An investigation on the brand personality scale assessment of validity and implications with regards to brand policy in European cultural domains In *Multicultural Marketing Conference* (pp. 221-225). Hong-Kong: Academy of Marketing science.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research, 15*, 139-168.

Churchill, J. (1979). Marketing research: methodological foundations. *Journal of Business Research, 24*(3), 27-31.

Comstock, G. et al. (1978). *Television and Human Behavior*. New York: Columbia University Press.

Deasy, D. (2000). Express brand personality-Let your package do the talking. *Brand Packaging Magazine*, *2*(1), 129-46.

Duncan, T. (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. Boston: McGraw-Hill.

Farquhar, P. H. (1990). Managing brand equity. *Journal of Advertising Research, 30*(4), 7-12.

Foxall, G., Goldsmith, R., & Brown, S. (1998). *Consumer Psychology for Marketing* (2nd ed.). Cincinnati, Ohio: International Thompson.

Handel, L. A. (1950). *Hollywood Looks at Its Audience*. Urbana: University of Illinois Press.

Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach.* Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Upper Saddle River New Jersey: Prentice-Hall.

Lazarsfeld, P., & Kendall, P. (1948). *Radio Listening in America*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Link, H. C., & Hopf, H. A. (1946). *People and Book*. New York: Rohn Industry Committee, Book Manufactures' Institute.

Randall, G. (2000). *Branding: A Practical Guide to Planning Your Strategy*. London: Kogan.

Reynolds, J. R., & Gutman, J. (2008). Laddering theory, method, analysis, and interpretation. T. J. Reynolds & J. C. Olson (Eds.) In *Understanding Consumer Decision Making: The Mean-end Approach to Marketing and Advertising Strategy* (pp. 24-63). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Schultz, D. E., & Barnes, B. E. (1999). *Strategic Brand Communication Campaigns.* Lincolnwood IL: NTC.

Seetharaman, A., Nadzir, Z. A., & Gunalan, S. (2001) A conceptual study on brand valuation. *Journal of Product & Brand Management, 10*(4), 243-256.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

Temporal, D. (2000). *Why Brand Personality?*. Retrieved July 17, 2012, from http://www.brandingasia.com/columns/temporal3.htm

Triplett, T. (1994). Brand personality must be managed or it will assumea life of its own. *Marketing News, 28*(10), 9.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University