

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA QTKD – MARKETING



ĐOÀN THỊ THANH THÙY

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO CỦA
SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC
NAM CẦN THƠ**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Ngành: Kinh Doanh Quốc Tế

Mã số ngành: 7340120

Cần Thơ, tháng 05, năm 2025

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA QTKD – MARKETING

ĐOÀN THỊ THANH THÙY
MSSV: 210012
LỚP: DH21KQT01

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO CỦA
SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC
NAM CẦN THƠ

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
Ngành: Kinh Doanh Quốc Tế
Mã số ngành: 7340120

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
TRẦN DUY

Cần Thơ, tháng 05, năm 2025

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Khóa luận “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử MoMo của sinh viên Trường Đại học Nam Cần Thơ”, do sinh viên Đoàn Thị Thanh Thùy thực hiện dưới sự hướng dẫn của ThS. Trần Duy. Khóa luận đã báo cáo và được Hội đồng chấm khóa luận thông qua ngày

Ủy viên

(Ký tên)

Thư ký

(Ký tên)

Phản biện 1

(Ký tên)

Phản biện 2

(Ký tên)

Cán bộ hướng dẫn

(Ký tên)

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên)

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Người hướng dẫn khoa học

ii

LỜI CẢM TẠ

Tác giả xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Quý Thầy/Cô thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh – Marketing, Trường Đại học Nam Cần Thơ, vì đã tận tâm hướng dẫn, giảng dạy và truyền đạt những kiến thức chuyên ngành bổ ích trong suốt quá trình học tập. Sự hỗ trợ và chỉ dẫn quý báu từ Quý Thầy/Cô chính là nền tảng quan trọng giúp tác giả hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp này.

Đồng thời, tác giả đặc biệt tri ân Thầy Trần Duy vì sự hướng dẫn tận tâm và những hỗ trợ quý giá trong suốt quá trình thực tập, giúp tác giả hoàn thiện khóa luận một cách hiệu quả và tốt nhất.

Những kiến thức tiếp thu được trong quá trình học tập kết hợp với kinh nghiệm thực tiễn từ thời gian thực tập không chỉ là cơ sở quan trọng để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp, mà còn là hành trang ý nghĩa, giúp tác giả tự tin chinh phục những bước tiến trong sự nghiệp và cuộc sống.

Xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày ... tháng 06 năm 2025

Người thực hiện

ĐOÀN THỊ THANH THÙY

TRANG CAM KẾT

Tôi xin cam đoan rằng khóa luận này là kết quả nghiên cứu độc lập của bản thân, được thực hiện trên cơ sở thu thập và phân tích dữ liệu thực tế. Toàn bộ nội dung trong khóa luận chưa từng được sử dụng để bảo vệ cho bất kỳ đề tài tốt nghiệp nào khác cùng trình độ.

Cần Thơ, ngày ... tháng 06 năm 2025

Người thực hiện

ĐOÀN THỊ THANH THÙY

TÓM TẮT

Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử MoMo của sinh viên Trường Đại học Nam Cần Thơ” được thực hiện nhằm xác định các yếu tố chính tác động đến hành vi chấp nhận và sử dụng ví điện tử một phương thức thanh toán hiện đại trong thời đại công nghệ số.

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp định lượng, thu thập thông tin từ 212 sinh viên bằng bảng câu hỏi khảo sát. Sau khi thu thập, dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 thông qua các bước phân tích như: đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha, thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy tuyến tính và kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm sinh viên dựa trên các đặc điểm nhân khẩu học như giới tính, năm học, khoa, nhóm ngành.

Kết quả nghiên cứu cho thấy trong các yếu tố được khảo sát, chỉ có hai yếu tố chính ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến ý định sử dụng ví MoMo của sinh viên, đó là: Sự tiện lợi phản ánh cảm nhận của người dùng về khả năng thực hiện giao dịch nhanh chóng, dễ dàng và mọi lúc mọi nơi. Thói quen thể hiện việc sử dụng lặp lại và sự quen thuộc của sinh viên với ví điện tử trong quá khứ. Ngoài ra, các yếu tố khác như: Niềm tin vào ví điện tử MoMo, Nhận thức rủi ro và Ảnh hưởng xã hội tuy không đạt ý nghĩa thống kê trong mô hình hồi quy cuối cùng nhưng vẫn được sinh viên đánh giá cao trong khảo sát, cho thấy vai trò tiềm năng của chúng trong việc định hình hành vi sử dụng.

Khóa luận không chỉ đóng góp về mặt học thuật thông qua việc áp dụng các lý thuyết như TAM, TPB và UTAUT2 vào mô hình nghiên cứu, mà còn mang lại giá trị thực tiễn cho doanh nghiệp trong việc nâng cao hiệu quả marketing và phát triển dịch vụ tài chính số, đặc biệt là hướng đến nhóm sinh viên lực lượng tiêu dùng trẻ và năng động.

Trên cơ sở các phát hiện từ nghiên cứu, đề tài đưa ra một số hàm ý quản trị thực tiễn giúp doanh nghiệp cung cấp ví điện tử như MoMo nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện trải nghiệm người dùng và thu hút sinh viên nhóm khách hàng tiềm năng. Đồng thời, khóa luận cũng chỉ ra những hạn chế như phạm vi khảo sát còn giới hạn trong một trường đại học và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo mở rộng đối tượng, so sánh giữa các loại ví điện tử hoặc các vùng địa lý khác nhau để có cái nhìn toàn diện hơn về hành vi người dùng trong lĩnh vực tài chính số.

ABSTRACT

This graduation thesis, titled “*Factors Influencing the Intention to Use MoMo E-Wallet Among Students at Nam Can Tho University*”, aims to identify the key determinants affecting students’ acceptance and usage of e-wallets as a modern payment method in the digital era.

This study adopts a quantitative research method, collecting data from 212 students through a structured questionnaire. The collected data were then processed using SPSS 26.0 software through several analytical steps, including evaluating the reliability of the measurement scale using Cronbach’s Alpha, conducting Exploratory Factor Analysis (EFA), performing multiple linear regression analysis, and testing for differences among student groups based on demographic characteristics such as gender, academic year, faculty, and field of study.

The findings reveal that among the investigated factors, only two have a statistically significant impact on students’ intention to use the MoMo e-wallet: Perceived Convenience, reflecting users’ perception of the ease, speed and flexibility of conducting transactions anytime and anywhere and Habit, which relates to users’ past usage and familiarity with e-wallet services. Other factors such as Trust in MoMo, Perceived Risk, and Social Influence, while not statistically significant in the final regression model, were still highly rated by students, indicating their potential indirect influence on user behavior.

This thesis contributes academically by integrating theories such as TAM, TPB, and UTAUT2 into the proposed model. Practically, it offers insights for fintech companies like MoMo to enhance marketing effectiveness and improve service quality, especially in targeting student users a young and dynamic consumer segment.

Based on the findings, the study proposes several managerial implications to support strategic decisions for improving user experience and promoting broader adoption of e-wallet services. Limitations such as the restricted scope of the sample to a single university are acknowledged, and future research directions are suggested, including broader demographic sampling and comparative studies among different e-wallet platforms and geographic locations for a more comprehensive understanding of user behavior in the digital finance domain.

MỤC LỤC

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG	i
NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC	ii
LỜI CẢM TẠ	iii
TRANG CAM KẾT	iv
TÓM TẮT	v
ABSTRACT	vi
MỤC LỤC	vii
DANH MỤC BIỂU BẢNG	xi
DANH MỤC HÌNH.....	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	2
CHƯƠNG 1 GIỚI THIỆU	4
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	4
1.2 MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI	5
1.2.1 Mục tiêu chung:	5
1.2.2 Mục tiêu cụ thể	5
1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	6
1.4 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	6
1.4.1 Đối tượng nghiên cứu.....	6
1.4.2 Đối tượng khảo sát	6
1.4.3 Phạm vi thời gian:	6
1.4.4 Phạm vi không gian	6
1.5 Ý NGHĨA CỦA NGHIÊN CỨU	6
1.5.1 Ý nghĩa về lý thuyết	6
1.5.2 Ý nghĩa về thực tiễn	7
1.6 CẤU TRÚC CỦA KHÓA LUẬN	8
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	10
2.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	10

2.1.1 Ví điện tử	10
2.1.2 Ý định sử dụng	11
2.2 CÁC LÝ THUYẾT CÓ LIÊN QUAN	12
2.3.1 Nghiên cứu ngoài nước	16
2.3.2 Nghiên cứu trong nước	19
2.3.3 Tóm tắt các nghiên cứu liên quan	22
2.4 GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT	25
2.4.1 Giả thuyết nghiên cứu	25
2.4.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất	28
CHƯƠNG 3.....	30
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30
3.1 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU	30
3.2 THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	31
3.2.1 Quy trình thực hiện nghiên cứu	31
3.2.2 Phương pháp nghiên cứu	32
3.2.3 Thiết kế bảng câu hỏi	34
3.3 XÂY DỰNG THANG ĐO.....	35
3.3.1 Thang đo Sự hữu ích	36
3.3.2 Thang đo Tính dễ sử dụng.....	37
3.3.3 Thang đo Ảnh hưởng xã hội.....	37
3.3.4 Thang đo Niềm tin vào ví điện tử.....	38
3.3.5 Thang đo Nhận thức rủi ro	39
3.3.6 Thang đo Thói quen	40
3.3.7 Thang đo Ý định sử dụng	40
3.4 PHƯƠNG PHÁP CHỌN MẪU VÀ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU	41
3.4.1 Phương pháp chọn mẫu	41
3.4.2 Phương pháp phân tích dữ liệu.....	42
CHƯƠNG 4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	46

4.1 TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN DỊCH VỤ DI ĐỘNG TRỰC TUYẾN (M-SERVICES)	46
4.1.1 Thông tin chung về Công ty Cổ Phần Dịch Vụ Di Động Trực Tuyến....	46
4.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty Cổ Phần Dịch Vụ Di Động Trực Tuyến	47
4.1.3 Lĩnh vực hoạt động.....	48
4.1.4 Giới thiệu về ví điện tử MoMo.....	49
4.2 KẾT QUẢ THỐNG KÊ KHẢO SÁT	50
4.2.1 Kết quả về giới tính	50
4.2.2 Kết quả về năm học	51
4.2.3 Kết quả về khoa	51
4.2.4 Kết quả về nhóm ngành.....	52
4.3 KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO	53
4.3.1 Độ tin cậy thang đo các biến độc lập.....	53
4.3.2 Độ tin cậy thang đo các biến phụ thuộc	57
4.4 PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA.....	58
4.4.1 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố độc lập	58
4.4.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố phụ thuộc	64
4.4.3 Tạo biến đại diện sau bước phân tích nhân tố khám phá EFA.....	66
4.5 PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN.....	67
4.6 PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH ĐA BIẾN	68
4.6.1 Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu	68
4.6.2 Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính	69
4.6.3 Kiểm định phân phối chuẩn.....	71
4.7 KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT THEO CÁC ĐẶC ĐIỂM CÁ NHÂN	72
4.7.1 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính bằng T-test	72
4.7.2 Kiểm định sự khác biệt theo Năm học bằng One-Way ANOVA	73
4.7.3 Kiểm định sự khác biệt theo Khoa bằng One-Way ANOVA	74
4.7.4 Kiểm định sự khác biệt theo Nhóm ngành bằng One-Way ANOVA	76
4.8 THẢO LUẬN CHUNG KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	77

4.8.1 Kết quả kiểm định Mô hình nghiên cứu	77
4.8.2 Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	78
4.8.3 Kết quả đánh giá của sinh viên về các thang đo.....	79
4.8.4 So sánh với các nghiên cứu có liên quan	81
CHƯƠNG 5 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	83
5.1 KẾT LUẬN.....	83
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	83
5.2.1 Hàm ý quản trị Sự tiện lợi	84
5.2.2 Hàm ý quản trị Thói quen.....	84
5.3 NHỮNG HẠN CHẾ VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	85
5.3.1 Hạn chế của nghiên cứu	85
5.3.2 Hướng đề tài nghiên cứu tiếp theo	86
TÀI LIỆU THAM KHẢO	87
PHỤ LỤC 1	92
PHỤ LỤC 2	97
PHỤ LỤC 3	99
PHỤ LỤC 4	103
PHỤ LỤC 5	109
PHỤ LỤC 6	112

DANH MỤC BIỂU BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 2.1: Bảng tổng kết tài liệu trong và ngoài nước.....	20
Bảng 3.1: Thang đo Sự hữu ích	35
Bảng 3.2: Thang đo Tính dễ sử dụng.....	36
Bảng 3.3: Thang đo Ảnh hưởng xã hội.....	37
Bảng 3.4: Thang đo Niềm tin vào ví điện tử.....	38
Bảng 3.5: Thang đo Nhận thức rủi ro.....	38
Bảng 3.6: Thang đo Thói quen.....	39
Bảng 3.7: Thang đo Ý định sử dụng.....	40
Bảng 4.1: Kết quả thống kê về giới tính.....	49
Bảng 4.2: Kết quả thống kê về năm học.....	50
Bảng 4.3: Kết quả thống kê về khoa.....	50
Bảng 4.4: Kết quả thống kê về nhóm ngành.....	51
Bảng 4.5: Độ tin cậy thang đo của Sự hữu ích.....	52
Bảng 4.6: Độ tin cậy thang đo của Tính dễ sử dụng.....	53
Bảng 4.7: Độ tin cậy thang đo của Ảnh hưởng xã hội.....	53
Bảng 4.8: Độ tin cậy thang đo của Niềm tin vào ví điện tử.....	54
Bảng 4.9: Độ tin cậy thang đo của Nhận thức rủi ro.....	55
Bảng 4.10: Độ tin cậy thang đo của Thói quen.....	56
Bảng 4.11: Độ tin cậy thang đo của Ý định sử dụng.....	56
Bảng 4.12: Bảng tổng kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo.....	57
Bảng 4.13: Bảng kiểm định KMO và Bartlett's lần 1.....	58
Bảng 4.14: Bảng kết quả phân tích thông số Eigenvalues lần 1.....	58
Bảng 4.15: Bảng Ma trận xoay các biến độc lập lần 1.....	59
Bảng 4.16: Bảng kiểm định KMO và Bartlett's lần 2.....	60
Bảng 4.17: Bảng kết quả phân tích thông số Eigenvalues lần 2.....	61
Bảng 4.18: Bảng Ma trận xoay các biến độc lập lần 2.....	62
Bảng 4.19: Bảng kiểm định KMO và Bartlett's nhân tố phụ thuộc.....	63

Bảng 4.20: Bảng kết quả phân tích thông số Eigenvalues nhân tố phụ thuộc.....	64
Bảng 4.21: Bảng Ma trận xoay các biến phụ thuộc.....	64
Bảng 4.22: Bảng tạo biến đại diện cho các nhân tố.....	65
Bảng 4.23: Bảng kết quả phân tích tương quan.....	66
Bảng 4.24: Bảng phân tích phương sai (ANOVA)	67
Bảng 4.25: Chỉ tiêu đánh giá độ phù hợp của mô hình.....	68
Bảng 4.26: Kết quả phân tích hồi quy.....	68
Bảng 4.27: Kiểm định sự khác biệt theo giới tính.....	71
Bảng 4.28: Kiểm định sự khác biệt theo Năm học.....	72
Bảng 4.29: Kiểm định sự khác biệt theo Năm học ANOVA.....	72
Bảng 4.30: Kiểm định sự khác biệt theo Khoa.....	73
Bảng 4.31: Kiểm định sự khác biệt theo Khoa ANOVA.....	74
Bảng 4.32: Kiểm định sự khác biệt theo Nhóm ngành.....	75
Bảng 4.33: Kiểm định sự khác biệt theo Nhóm ngành ANOVA.....	75
Bảng 4.34: Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	76
Bảng 4.35: Đánh giá của sinh viên Đối với thang đo Sự tiện lợi.....	77
Bảng 4.36: Đánh giá của sinh viên Đối với thang đo Thói quen.....	78

DANH MỤC HÌNH

	<i>Trang</i>
Hình 2.1: Mô hình chấp nhận Công nghệ.....	13
Hình 2.2: Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ mở rộng.....	14
Hình 2.3: Mô hình thuyết hành vi dự định.....	15
Hình 2.4: Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	28
Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu.....	30
Hình 4.1: Logo Công ty M-SERVICE hoạt động dưới tên thương hiệu là MoMo.....	46
Hình 4.2: Biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa.....	70
Hình 4.3: Biểu đồ phần dư chuẩn hóa Normal P-P.....	70
Hình 4.4: Biểu đồ phân tán của phần dư.....	71
Hình 4.5: Biểu đồ đường thể hiện mối liên hệ trung bình giữa ý định sử dụng và năm học.....	73
Hình 4.6: Biểu đồ đường thể hiện mối liên hệ trung bình giữa ý định sử dụng khoa.....	74
Hình 4.7: Biểu đồ đường thể hiện mối liên hệ trung bình giữa ý định sử dụng và ngành.....	76
Hình 4.8: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh.....	77

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Stt	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	Adjusted R ²	Hệ số xác định hiệu chỉnh
2	AIA	Tập đoàn Bảo hiểm nhân thọ quốc tế
3	ANOVA	Phân tích phương sai
4	CB-SEM	Mô hình phương trình cấu trúc dựa trên hiệp phương sai
5	CNTT	Công Nghệ Thông Tin
6	COVID-19	Bệnh virus corona 2019 - Coronavirus disease 2019
7	EFA	Phân tích nhân tố khám phá
8	F	Kiểm tra mức độ phù hợp chung của mô hình hồi quy tuyến tính
9	Fj	Các nhân tố Factors
10	FPT IS	Hệ thống Thông tin FPT - FPT Information System
11	ICT	Công nghệ Thông tin và Truyền thông
12	JCB	Tổ chức phát hành thẻ tín dụng và thanh toán quốc tế
13	KMO	Chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích
14	m	Số biến độc lập trong mô hình
15	MoMo	Mobile Money
16	M-Service JSC	Công ty Cổ phần Dịch vụ Di Động Trực Tuyến
17	n	Kích thước mẫu cần thiết
18	One-way ANOVA	Phân tích phương sai một yếu tố
19	PCI DSS	Tiêu chuẩn bảo mật dữ liệu ngành thẻ thanh toán
20	PLS-SEM	Mô hình cấu trúc bình phương nhỏ nhất
21	QR code	Mã phản hồi nhanh
22	QTKD	Quản Trị Kinh Doanh
23	QTKS	Quản Trị Khách Sạn
24	R ²	Hệ số xác định
25	Sig	Mức ý nghĩa quan sát
26	Smart-PLS 3.0	Mô hình cấu trúc tuyến tính

27	SPSS 26.0	Phần mềm xử lý thống kê dùng trong các ngành khoa học xã hội
28	t	Kiểm tra xem các hệ số (Beta) trong mô hình hồi quy
29	TAM	Thuyết chấp nhận Công nghệ
30	TP	Thành phố
31	TPB	Thuyết hành vi dự định
32	TRA	Thuyết hành vi hợp lý -
33	T-Test	Kiểm định sự khác biệt giữa hai nhóm độc lập
34	UEH	Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
35	USD	United States Dollar
36	UTAUT1	Thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ
37	UTAUT2	Thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ mở rộng
38	VIF	Hệ số phóng đại phương sai
39	VP	Văn phòng