

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**TRẦN YẾN LY
LỚP: DH21KQT01**

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ SACOMBANK PAY TẠI
NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
CHI NHÁNH CẦN THƠ**

**KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP
Ngành: Kinh doanh quốc tế
Mã số ngành: 7340120**

Cần Thơ, năm 2025

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**TRẦN YẾN LY
LỚP: DH21KQT01**

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ SACOMBANK PAY TẠI
NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
CHI NHÁNH CẦN THƠ**

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Kinh doanh quốc tế

Mã số ngành: 7340120

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
THẠC SĨ ĐỖ THỊ XUÂN NGỌC**

Cần Thơ, năm 2025

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Khóa luận “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ Sacombank Pay tại ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ”, do sinh viên Trần Yến Ly thực hiện dưới sự hướng dẫn của ThS. Đỗ Thị Xuân Ngọc. 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)

NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Người hướng dẫn khoa học

Thạc sĩ Đỗ Thị Xuân Ngọc

LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin 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 tình giảng dạy và truyền đạt những kiến thức chuyên môn quý báu, tạo nền tảng vững chắc cho việc hoàn thành báo cáo thực tập này.

Đồng thời, tác giả đặc biệt tri ân Cô Đỗ Thị Xuân Ngọc vì sự hướng dẫn tận tâm và những hỗ trợ quý giá trong suốt quá trình thực tập, giúp tác giả hoàn thiện bài báo cáo 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 báo cáo 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 ... năm 2025

Người thực hiện

TRẦN YẾN LY

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam kết rằng báo cáo thực tập tốt nghiệp này được thực hiện dựa trên kết quả nghiên cứu của chính tác giả. Toàn bộ nội dung và kết quả nghiên cứu trong báo cáo là hoàn toàn trung thực, chưa từng được sử dụng cho bất kỳ hoạt động nghiên cứu hay công trình nào khác ở cùng cấp.

Tác giả chịu hoàn toàn trách nhiệm về tính trung thực và nguyên bản của báo cáo này.

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2025

Người thực hiện

TRẦN YẾN LY

MỤC LỤC

Trang

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG	i
LỜI CẢM TẠ.....	ii
LỜI CAM ĐOAN.....	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH MỤC BẢNG/BIỂU	ix
DANH MỤC HÌNH	xi
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	xii
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	2
1.2.1 Mục tiêu chung.....	2
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	2
1.4 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	3
1.4.1 Đối tượng nghiên cứu.....	3
1.4.2 Đối tượng khảo sát	3
1.4.3 Phạm vi nghiên cứu.....	3
1.4.3.1 Phạm vi không gian.....	3
1.5 Ý NGHĨA CỦA NGHIÊN CỨU.....	3
1.5.1 Ý nghĩa về lý thuyết	3
1.5.2 Ý nghĩa về thực tiễn	4
1.6 CẤU TRÚC CỦA KHÓA LUẬN.....	4
CHƯƠNG 2:	6
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	6
2.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	6
2.1.1 Lý thuyết về chất lượng dịch vụ.....	6
2.1.1.1 Dịch vụ	6
2.1.1.2 Chất lượng dịch vụ	7
2.1.2 Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng.....	8
2.1.3 Mối quan hệ sự lòng và chất lượng dịch vụ	9
2.1.4 Dịch vụ Sacombank Pay	10

2.1.6 Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng	11
2.2 CÁC MÔ HÌNH LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG	13
2.2.1 Mô hình về chất lượng dịch vụ.....	13
2.2.2 Mô hình sự hài lòng của khách hàng Mỹ	17
2.3 TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU TRƯỚC	19
2.3.1 Nghiên cứu nước ngoài	19
2.3.2 Các nghiên cứu trong nước	21
2.2.3 Tóm tắt các nghiên cứu	22
2.4.1 GIẢ THUYẾT NGHIÊN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT.....	24
2.4.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	25
2.5 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	26
2.5.1 Phương pháp nghiên cứu thu thập dữ liệu.....	26
2.5.2 Mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập thông tin.....	27
2.5.3 Phương pháp phân tích số liệu	27
2.5.4 Thiết kế nghiên cứu.....	33
2.5.4.1 Quy trình thực hiện nghiên cứu thực hiện.....	33
2.5.4.2 Phương pháp nghiên cứu định tính	34
2.5.4.3 Phương pháp nghiên cứu định lượng	35
2.5.4.4 Thiết kế bảng câu hỏi	36
2.5.4.5 Xây dựng thang đo	36
CHƯƠNG 3:	39
GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH CẦN THƠ.....	39
3.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH CẦN THƠ	39
3.1.1 Giới thiệu sơ bộ về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ	39
3.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ	41
3.1.3 Cơ cấu tổ chức của chi nhánh.....	41
3.1.3.1 Chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận.....	42
3.1.4 Mạng lưới hoạt động của Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Sài Gòn Thương Tín Chi Nhánh Cần Thơ.....	43
3.1.5 Sản phẩm/ dịch vụ chính của doanh nghiệp	44

3.1.6 Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh tại ngân hàng tmcp sài gòn thương tín chi nhánh Cần Thơ	45
Chương 4:	49
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	49
4.1 KẾT QUẢ THỐNG KÊ KHẢO SÁT	49
4.1.1 Thông tin chung về giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp của khách hàng sử dụng dịch vụ Sacombank Pay	49
4.1.2 Mô tả hành vi sử dụng dịch vụ Sacombank Pay của khách hàng	51
4.2 KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO.....	53
4.2.1 Thang đo các biến độc lập.....	53
4.2.2 Thang đo biến phụ thuộc	55
4.3 PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA	56
4.3.1 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố độc lập	56
4.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố phụ thuộc	59
4.4 PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN	60
4.5 PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH ĐA BIẾN.....	61
4.5.1 Giả định tự tương quan.....	62
4.5.2 Giả định phương sai số không đổi.....	63
4.5.3 Giả định về phân phối chuẩn của phần dư	63
4.5.4 Kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến	64
4.5.5 Hệ số R²	64
4.6 KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT THEO CÁC ĐẶC ĐIỂM CÁ NHÂN	66
4.6.1 Kiểm định sự khác biệt giữa biến kiểm soát giới tính và biến phụ thuộc sự hài lòng.....	66
4.6.2 Kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát độ tuổi và biến phụ thuộc sự hài lòng	67
4.6.3 Kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát thu nhập và biến phụ thuộc sự hài lòng	68
4.6.4 Kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát nghề nghiệp và biến phụ thuộc sự hài lòng.....	69
4.7 THẢO LUẬN CHUNG VỀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	70
4.8 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ SACOMBANK PAY TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH CẦN THƠ	71
CHƯƠNG 5:	73

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	73
5.1 KẾT LUẬN	73
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	73
5.3 NHỮNG HẠN CHẾ VÀ ĐỊNH HƯỚNG ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	74
5.3.1 Hạn chế của nghiên cứu	74
5.3.2 Hướng đề tài nghiên cứu tiếp theo	75
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	76
PHỤ LỤC 1	77
PHỤ LỤC 2.....	81

DANH MỤC BẢNG/BIỂU

Trang

Bảng 2.1: Bảng tóm tắt các nghiên cứu trong nước và nước ngoài.....	22
Bảng 2.2: Thang đo các biến quan sát.....	31
Bảng 3.1 Kết quả phân tích hoạt động kinh doanh tại ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ.....	43
Bảng 4.1: Bảng thông tin chung về giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp của khách hàng sử dụng dịch vụ Sacombank Pay.....	47
Bảng 4.2: Bảng thống kê khách hàng có đang và đã từng sử dụng dịch vụ Sacombank Pay.....	49
Bảng 4.3: Bảng thống kê thời gian sử dụng dịch vụ Sacombank Pay.....	50
Bảng 4.4: Bảng thống kê lý do sử dụng dịch vụ Sacombank Pay.....	51
Bảng 4.5: Bảng đánh giá độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha.....	52
Bảng 4.6: Kiểm định độ tin cậy của thang đo sự hài lòng.....	54
Bảng 4.7: Bảng kiểm định KMO and Bartlett's Test các biến độc lập.....	55
Bảng 4.8: Bảng phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố độc lập.....	56
Bảng 4.9: Kiểm định KMP Bartlett's các nhân tố phụ thuộc.....	59
Bảng 4.10: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA sự hài lòng.....	60
Bảng 4.11: Bảng ma trận xoay nhân tố thang đo sự hài lòng.....	60
Bảng 4.12: Bảng phân tích tương quan giữa các biến phụ độc lập với biến phụ thuộc.....	61
Bảng 4.13: Bảng phân tích hồi quy đa biến giữa các biến phụ độc lập với biến phụ thuộc.....	62
Bảng 4.14: Bảng kiểm định Independent Samples Test so sánh hai giới tính.....	67
Bảng 4.15: Bảng kiểm định levene phương sai đồng nhất các nhóm độ tuổi Test of Homogeneity of Variance.....	67
Bảng 4.16: Bảng kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát độ tuổi và biến phụ thuộc sự hài lòng.....	68
Bảng 4.17: Bảng kiểm định levene phương sai đồng nhất các nhóm thu nhập Test of Homogeneity of Variance.....	68

Bảng 4.18: Bản kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát thu nhập và biến phụ thuộc sự hài lòng.....	69
Bảng 4.19: Bảng kiểm định levene phương sai đồng nhất các nhóm thu nhập Test of Homogeneity ogg Variance.....	69
Bảng 4.20: Bảng kiểm định ANOVA giữa biến kiểm soát nghề nghiệp và biến phụ thuộc và sự hài lòng.....	70

DANH MỤC HÌNH

Trang

Hình 2.1 Mô hình chất lượng khoảng cách của Gronroos (1984).....	14
Hình 2.2: Mô hình chất lượng khoảng cách của Parasuraman và cộng sự.....	15
Hình 2.3: Mô hình chất lượng dịch vụ ngân hàng của Kumar & ctg (2009).....	17
Hình 2.4: Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng Mỹ.....	18
Hình 2.5: Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	25
Hình 2.6: Quy trình nghiên cứu.....	37
Hình 3.1: Logo Sacombank.....	38
Hình 3.2: Sơ đồ tổ chức Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ.....	41
Hình 3.3: Biểu đồ thể hiện kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Cần Thơ giai đoạn 2022-2024.....	45
Hình 4.1: Đồ thị phân tán giữa giá trị dự đoán và phần dư từ hồi quy.....	64
Hình 4.2: Đồ thị phân phối chuẩn của phần dư.....	65
Hình 4.3 Mô hình hồi quy hiệu chỉnh.....	68

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Stt	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	ANOVA	Analysis of Variance,
2	ATM	Automatic teller machine
3	KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
4	NH	Ngân hàng
5	TMCP	Thương Mại Cổ Phần
6	SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
7	Sig	Significance Level
8	iSO	International Organization for Standardization