

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**

**KHOA KINH TẾ**



**NGUYỄN BÁCH KHOA**

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN  
SỰ HÀI LÒNG VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA  
KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI MẠNG ĐIỆN THOẠI  
DI ĐỘNG VINAPHONE: TRƯỜNG HỢP  
NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ  
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Cần Thơ, tháng 11 năm 2020**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

KHOA KINH TẾ



NGUYỄN BÁCH KHOA

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN  
SỰ HÀI LÒNG VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA  
KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI MẠNG ĐIỆN THOẠI  
DI ĐỘNG VINAPHONE: TRƯỜNG HỢP  
NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ  
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH  
MÃ NGÀNH: 8340101**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC  
PGS/TS. LƯU THANH ĐỨC HẢI**

**Cần Thơ, tháng 11 năm 2020**

## CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận văn này, với đề tựa là “Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với mạng điện thoại di động Vinaphone: Trường hợp nghiên cứu tại Thành phố Cần Thơ”, do học viên Nguyễn Bách Khoa thực hiện theo sự hướng dẫn của PGs.Ts. Lưu Thanh Đức Hải. Luận văn đã báo cáo và được Hội đồng chấm luận văn 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*)

**PGs.Ts. Lưu Thanh Đức Hải**



## LỜI CẢM TẠ

Trước tiên tôi xin cảm ơn PGs. Ts Lưu Thanh Đức Hải - Giảng viên hướng dẫn trực tiếp của tôi. Cảm ơn vì thầy luôn nhiệt tình hướng dẫn mỗi khi tôi gặp phải rắc rối hoặc có câu hỏi về vấn đề nghiên cứu của mình. Thầy vẫn luôn cho phép tôi tự do bày tỏ quan điểm đồng thời đưa ra những nhận xét, góp ý, dẫn dắt tôi đi đúng hướng trong suốt thời gian nghiên cứu, thực hiện đề tài luận văn thạc sĩ.

Tôi cũng xin cảm ơn các thầy cô trong khoa Kinh tế - Trường Đại học Nam Cần Thơ đã truyền đạt cho tôi những kiến thức chuyên sâu về chuyên ngành trong suốt thời gian học tập để tôi có được nền tảng kiến thức hỗ trợ rất lớn cho tôi trong quá trình làm luận văn thạc sĩ.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè vì đã luôn hỗ trợ tôi và khuyến khích liên tục trong suốt những năm học tập và qua quá trình nghiên cứu và viết luận văn này. Thành tựu này sẽ không thể có được nếu không có họ.

Xin chân thành cảm ơn!

*Cần Thơ, ngày 19 tháng 11 năm 2020*

**Học viên thực hiện**

**Nguyễn Bách Khoa**

## TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với mạng điện thoại di động Vinaphone tại Thành phố Cần Thơ. Dữ liệu được thu thập từ 402 khách hàng đang sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn Thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu thực hiện kiểm định và hiệu chỉnh mô hình lý thuyết thông qua: Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố khẳng định và mô hình cấu trúc tuyến tính. Kết quả nghiên cứu đã xác định có 07 nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng. Trong đó, thang đo chất lượng dịch vụ bao gồm 06 thành phần: chất lượng dịch vụ mạng, cấu trúc giá, sự thuận tiện, dịch vụ giá trị gia tăng, dịch vụ khách hàng và sự kết nối của các sản phẩm dịch vụ. Các phát hiện chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng, sự hài lòng cũng có một mối quan hệ tích cực tới lòng trung thành của khách hàng. Và các thành phần của thang đo chất lượng dịch vụ không tác động trực tiếp đến lòng trung thành của khách hàng mà tác động thông qua sự hài lòng của khách hàng. Bài viết cũng đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng sự hài lòng của khách hàng, qua đó duy trì và gia tăng lòng trung thành của khách hàng đối với mạng điện thoại di động Vinaphone tại Thành phố Cần Thơ.

## **ABSTRACT**

The study aims to determine factors affecting customer satisfaction and loyalty for Vinaphone mobile phone network in Can Tho city. Data were collected from 402 customers using Vinaphone mobile network service in Can Tho city. Research to test and adjust theoretical models through: Reliability Analysis Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis and Structural Equation Modeling. The research results have identified 07 factors affecting customer loyalty. In which, the service quality scale includes 06 components: network service quality, price structure, convenience, value-added services, customer service and the connection of products and services. The findings showed that service quality has a direct and positive impact on customer satisfaction, and that satisfaction also has a positive relationship to customer loyalty. And components of the service quality scale do not directly impact customer loyalty, but impact through customer satisfaction. The article also gives some administrative implications to improve service quality in order to increase customer satisfaction, thereby maintaining and increasing customer loyalty for Vinaphone mobile phone network in Can Tho city.

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan đề tài luận văn này là do chính tôi thực hiện, các số liệu thu thập và kết quả phân tích được thể hiện trong đề tài là trung thực, đề tài không trùng với bất kỳ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

*Cần Thơ, ngày 19 tháng 11 năm 2020*

**Học viên thực hiện**

**Nguyễn Bách Khoa**



# MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
<b>TÓM TẮT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>1</b>
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI .....	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	3
1.2.1 Mục tiêu tổng quát.....	3
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	3
1.2.3 Câu hỏi nghiên cứu .....	3
1.3 ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	3
1.3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	3
1.3.2 Phạm vi nghiên cứu.....	4
1.4 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	4
1.5 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA NGHIÊN CỨU.....	4
1.6 CẤU TRÚC CỦA ĐỀ TÀI .....	4
<b>CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>6</b>
2.1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	6
2.1.1 Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.....	6
2.1.2 Lòng trung thành của khách hàng .....	9
2.1.3 Mối quan hệ giữa sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng .....	10
2.2 TỔNG QUAN TÀI LIỆU .....	10
2.2.1 Nghiên cứu ngoài nước .....	10
2.2.2 Nghiên cứu trong nước.....	16
2.2.3 Tóm tắt tài liệu lược khảo .....	17
2.3 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ XÂY DỰNG THANG ĐO.....	22
2.3.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	22
2.3.2 Xây dựng thang đo .....	25
<b>CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	<b>27</b>
3.1 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU .....	27
3.2 PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP.....	28
3.3 PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP .....	28
3.4 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH DỮ LIỆU.....	30
3.4.1 Phân tích thống kê mô tả.....	30
3.4.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha.....	31
3.4.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	32
3.4.4 Phân tích nhân tố khẳng định CFA và kiểm định sự phù hợp của mô hình lý thuyết .....	33
3.4.6 Phân tích đa nhóm – Kiểm định sự khác biệt với biến điều tiết.....	36

<b>CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN.....</b>	<b>38</b>
4.1 MÔ TẢ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU.....	38
4.1.1 Giới thiệu chung.....	38
4.1.2 Thực trạng hoạt động.....	39
4.2 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SƠ BỘ.....	41
4.2.1 Thảo luận chuyên gia.....	41
4.2.2 Nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	45
4.3 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC.....	48
4.3.1 Thông tin đáp viên.....	48
4.3.2 Thống kê mô tả nghiên cứu.....	51
4.3.3 Đánh giá độ tin cậy của thang đo.....	56
4.3.4 Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	58
4.3.5 Phân tích nhân tố khẳng định CFA.....	61
4.3.6 Phân tích đa nhóm.....	71
4.4 THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	73
<b>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN – HÀM Ý QUẢN TRỊ.....</b>	<b>77</b>
5.1 KẾT LUẬN.....	77
5.2 HÀM Ý ĐỐI VỚI CÁC NHÀ QUẢN LÝ.....	78
5.3 HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO.....	81
5.3.1 Hạn chế của đề tài.....	81
5.3.2 Định hướng nghiên cứu tiếp theo.....	81
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>83</b>
<b>PHỤ LỤC KẾT QUẢ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU</b>	