

Những yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách du lịch nội địa đến Thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của sự hài lòng

Đặng Trương Thanh Nhân^(*) • Phạm Đỗ Tường Vy • Nguyễn Thị Anh Thy
• Hồ Thị Ngọc Tuyến

Ngày nhận bài: 10/9/2024 | Biên tập xong: 02/10/2024 | Duyệt đăng: 12/10/2024

TÓM TẮT: Cảm nhận giá cả và sự hài lòng (SHL) đóng vai trò quan trọng trong việc gia tăng lòng trung thành (LTT) của khách hàng. Tuy nhiên, vẫn chưa có nhiều các công trình nghiên cứu tập trung vào vai trò của cảm nhận giá cả và SHL trong việc gia tăng LTT của du khách nội địa đến Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM). Thông qua kết quả khảo sát từ 343 cá nhân là các du khách nội địa du lịch trên địa bàn TP. HCM, nghiên cứu này đã áp dụng các lý thuyết nền tảng, các kết quả nghiên cứu đi trước nhằm phân tích và đánh giá vai trò của cảm nhận giá cả và SHL trong việc thúc đẩy gia tăng LTT của du khách. Nghiên cứu thực hiện kết hợp các phép phân tích cơ bản trong nghiên cứu định lượng như thống kê, đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố EFA, mô hình đo lường và mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM từ các phần mềm SPSS 22 và SMART PLS 3. Kết quả nghiên cứu cho thấy Cảm nhận giá cả (PP) và SHL (SA) tác động cùng chiều đến LTT (LO) của du khách nội địa trên địa bàn TP. HCM. Bên cạnh đó, Giá trị nhận được (PV) tác động cùng chiều đến SHL (SA) và LTT (LO) của du khách nội địa đến với TP. HCM. Đồng thời, SHL (SA) đóng vai trò trung gian trong sự tác động của Giá trị nhận được (PV) đến LTT (LO) của du khách nội địa đến với TP. HCM. Kết quả có thể được ứng dụng trong việc phát triển hệ thống lý thuyết về chủ đề này cũng như trong thực tiễn bối cảnh du lịch tại Việt Nam.

TỪ KHÓA: Cảm nhận giá cả, giá trị nhận được, sự hài lòng, lòng trung thành, du lịch.

Mã phân loại JEL: M10, M20, M30.

DOI: <https://doi.org/10.63065/ajeb.vn.2024.223>.....

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh môi trường kinh doanh có tính cạnh tranh và nhiều chuyển biến phức tạp, yếu tố về giá cả là một trong những yếu

^(*) **Đặng Trương Thanh Nhân** - Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM, 56 Hoàng Diệu 2, Phường Linh Chiểu, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh; **Email:** nhandtt@hub.edu.vn.