Truyền miệng điện tử và ý định mua sắm trực tuyến trên nền tảng TikTok

Nguyễn Duy Thanh[1*✉], **Đỗ Khánh Ngọc**[2], **Nguyễn Vũ Huyền Trân**[3], **Nguyễn Thị Mai Hoa**[4], **Nguyễn Hoàng Huy**[5], **Đặng Quốc Ái**[6]

[1, 2, 3, 4, 5, 6] Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh.

ORCID ID: * 0000-0001-5775-8494.

✉ **Tác giả liên hệ:** thanhnd@hub.edu.vn.

Ngày nhận bài: 13/7/2025 | **Biên tập xong:** 02/10/2025 | **Duyệt đăng:** 12/10/2025

TÓM TẮT:

Mục tiêu nghiên cứu: Nghiên cứu phân tích vai trò của truyền miệng điện tử (eWOM) trong việc hình thành ý định mua sắm trực tuyến (YĐMSTT) trên cửa hàng TikTok (TTS), một nền tảng thương mại xã hội (TMXH) đang phát triển nhanh.

Thiết kế nghiên cứu/phương pháp/tiếp cận: Nghiên cứu sử dụng Mô hình chấp nhận thông tin (IAM) làm cơ sở lý thuyết và kiểm định bằng phương pháp PLS–SEM với dữ liệu khảo sát từ 285 người sử dụng TTS tại Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu chính: Kết quả cho thấy tất cả các thuộc tính eWOM (chất lượng thông tin, độ tin cậy của thông tin, và số lượng thông tin) đều tác động cùng chiều đến sự hữu ích của thông tin (SHICTT), trong đó số lượng thông tin có ảnh hưởng mạnh nhất. SHICTT đóng vai trò trung gian, thúc đẩy việc chấp nhận thông tin (CNTT) và làm gia tăng YĐMSTT.

Giá trị đóng góp mới: Nghiên cứu mở rộng mô hình IAM trong bối cảnh TikTok, bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho lĩnh vực TMXH. Đồng thời, nghiên cứu cung cấp hàm ý cho doanh nghiệp trong việc tối ưu hóa chiến lược eWOM nhằm tăng tương tác và chuyển đổi khách hàng trên TTS.

TỪ KHÓA: eWOM, ý định mua sắm, TikTok, chấp nhận thông tin, PLS–SEM.

Mã phân loại JEL: D12, L81, M37, O33.

DOI: https://doi.org/10.63065/ajeb.vn.2025.235.............

1. Giới thiệu

Thương mại điện tử (TMĐT) đã và đang phát triển vượt bậc, với sự nổi lên mạnh mẽ của các nền tảng mạng xã hội. Trong số đó, TikTok tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu khi trở thành ứng dụng di động được tải xuống nhiều nhất toàn cầu năm 2024, vượt qua các đối thủ lớn khác (Databoks, 2025). Tính năng mua sắm tích hợp đã biến TTS thành kênh TMXH được giới trẻ ưa chuộng. TikTok đã