

ẢNH HƯỞNG CỦA TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH KHI SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ MOMO

Impact of customer experience on loyalty when using MoMo e-wallet

PHẠM THỊ BÍCH DUYÊN
PHẠM THỊ KIỀU KHANH
NGUYỄN HOÀNG PHONG

Anh hưởng của trải nghiệm tích cực về dịch vụ sẽ làm hình ảnh của doanh nghiệp dần phát triển, tác động đến lòng trung thành của khách hàng. Mục tiêu của nghiên cứu này là làm rõ các yếu tố của trải nghiệm khách hàng ảnh hưởng đến lòng trung thành khi sử dụng ví điện tử MoMo của khách hàng. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát 296 khách hàng sống tại tỉnh Bình Định đã từng sử dụng các dịch vụ của ví điện tử MoMo. Kết quả chỉ ra rằng, có hai nhân tố của trải nghiệm khách hàng ảnh hưởng đến lòng trung thành, đó là: trải nghiệm trong và sau khi sử dụng dịch vụ. Điểm mới của bài viết là bổ sung thêm yếu tố “trải nghiệm giải trí” vào thang đo “trải nghiệm dịch vụ”. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý để các nhà quản trị tham khảo, từ đó có những điều chỉnh thích hợp cho chiến lược phát triển lòng trung thành của khách hàng.

Từ khóa: lòng trung thành, trải nghiệm khách hàng, ví điện tử.

Positive service experiences will gradually develop the business's image, affecting customer loyalty. This research aims to identify customer experience factors that influence customer loyalty when using the MoMo e-wallet. Data was collected from a survey of 296 customers living in Binh Dinh province on the Central Coast of Vietnam who have used MoMo e-wallet services. The results show that two customer experience factors affect loyalty, including experiences during and after service use. The new point of the article is adding the factor “entertainment experience” to the “service experience” scale. From the research results, the authors propose several implications for administrators to refer to, thereby making appropriate adjustments to the customer loyalty development strategy.

Keywords: loyalty, customer experience, e-wallet.

1. Giới thiệu

Ví điện tử đóng vai trò là một chiếc ví tiền mặt trong thanh toán trực tuyến, giúp người sử dụng thực hiện công việc thanh toán các khoản phí trên internet, gửi và chuyển tiền một cách nhanh chóng, đơn giản và tiết kiệm.

Thị trường ví điện tử tại Việt Nam đang trở nên sôi động bởi sự xuất hiện của hàng

loạt ví điện tử mới của các công ty nước ngoài. Năm 2019, công ty nghiên cứu thị trường Cimigo công bố nghiên cứu về nhận định và hành vi của người dùng đối với các thương hiệu ví điện tử phổ biến tại Việt

Phạm Thị Bích Duyên, PGS.TS.; Phạm Thị Kiều Khanh, ThS.; Nguyễn Hoàng Phong, TS., Trường đại học Quy Nhơn.