

ẢNH HƯỞNG CỦA SỰ HỮU ÍCH, NIỀM TIN ĐẾN SỰ CHẤP NHẬN CÁC ĐÁNH GIÁ TRỰC TUYẾN VÀ Ý ĐỊNH ĐẶT PHÒNG KHÁCH SẠN: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM ĐỐI VỚI NGƯỜI DÙNG VIỆT NAM TẠI WEBSITE BOOKING.COM

Huỳnh Trị An^{1*}, Nguyễn Thị Thuý¹, Tô Anh Thơ¹,
Nguyễn Phú Nhật¹, Nguyễn Hồng Diễm Trinh¹

¹ Trường Đại học Tài chính - Marketing

*Tác giả liên hệ: Email: huynhan@ufm.edu.vn

Ngày nhận: 10/07/2024

Ngày nhận lại: 08/08/2025

Ngày đăng: 25/12/2025

DOI: 10.52932/jfmr.v16i6.564

Phụ lục 1. Thống kê đặc điểm của mẫu

Đặc điểm		Số lượng (người)	Tỷ trọng %
Giới tính	Nữ	238	73,68
	Nam	85	26,32
Nghề nghiệp	Công chức, viên chức	29	8,98
	Nhân viên văn phòng	105	32,51
	Kinh doanh tự do	97	30,03
	Nội trợ	13	4,02
	Công nhân	7	2,17
	Sinh viên	67	20,74
	Khác	5	1,55
Thu nhập bình quân hàng tháng	Dưới 5 triệu	16	4,95
	Từ 5-10 triệu	121	37,46
	Từ 10-20 triệu	124	38,39
	Trên 20 triệu	62	19,20
Độ tuổi	Từ 18-24	189	58,51
	Từ 25-34	92	28,48
	Từ 35-44	34	10,53
	Trên 45	8	2,48

Phụ lục 2. Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo

Thang đo	Nguồn	Hệ số tải nhân tố	CR	AVE
1. Tính khách quan (KQ)			0,758	0,658
KQ1. Các đánh giá trên booking.com là khách quan	Wang và Strong, (1996)	0,825		
KQ2. Các đánh giá trên booking.com là công bằng giữa các nơi lưu trú		0,848		
KQ3. Các đánh giá trên booking.com là không thiên vị		0,758		
2. Tính liên quan (LQ)	Lee và Hong, (2019)		0,782	0,601
LQ1. Các đánh giá trên booking.com phù hợp với tôi		0,755		
LQ2. Các đánh giá trên booking.com rất quan trọng đối với tôi		0,794		
LQ3. Các đánh giá trên booking.com có ý nghĩa đối với tôi		0,769		
LQ4. Các đánh giá trên booking.com là cần thiết để tôi sử dụng trong quá trình ra quyết định đặt phòng		0,785		
3. Tính kịp thời (KT)	Cheung và cộng sự, (2009)		0,732	0,651
KT1. Các đánh giá trên booking.com được thực hiện trong thời gian gần đây		0,799		
KT2. Các đánh giá trên booking.com là kịp thời		0,830		
KT3. Các đánh giá trên booking.com được cập nhật		0,791		
4. Sự hữu ích của các đánh giá trực tuyến (HI)			0,799	0,622
HI1. Các đánh giá trên booking.com chứa những thông tin hữu ích mà tôi cần	Connors và cộng sự, (2011)	0,783		
HI2. Các đánh giá có những thông tin chi tiết về các khách sạn mà tôi quan tâm		0,792		
HI3. Các đánh giá trên booking.com giúp tôi hiểu rõ hơn về việc tôi có nên đặt phòng khách sạn không		0,802		
HI4. Các đánh giá trên booking.com hỗ trợ tôi trong việc ra quyết định đặt khách sạn		0,777		
5. Niềm tin đối với người đánh giá (TND)			0,848	0,617
TND1. Người đánh giá trên trang Booking.com thể hiện họ là người công tâm	Mumuni và cộng sự (2019)	0,767		
TND2. Người đánh giá trên trang Booking.com quan tâm đến điều gì tốt nhất cho người đọc		0,775		
TND3. Người đánh giá trên trang Booking.com là người trung thực		0,803		
TND4. Người đánh giá trên trang Booking.com là người đáng tin cậy		0,821		
TND5. Thông tin về người đánh giá trên Booking.com là rõ ràng		0,761		
6. Niềm tin đối với các đánh giá (TNG)	Mumuni và cộng sự (2019)		0,767	0,681
TDG1. Tôi tin vào các đánh giá trên booking.com		0,840		
TDG2. Tôi tin rằng đánh giá trên booking.com là đáng tin cậy		0,823		
TDG3. Tôi tin rằng đánh giá trên booking.com không thiên vị		0,812		
7. Niềm tin đối với website (TW)			0,806	0,714

Thang đo	Nguồn	Hệ số tải nhân tố	CR	AVE
TW1. Tôi tin rằng trang Booking.com cung cấp thông tin về khách sạn là chính xác	Su và cộng sự (2022)	0,860		
TW2. Tôi tin rằng thông tin trang booking.com cung cấp về khách sạn là đáng tin cậy		0,879		
TW3. Tôi tin rằng những thông tin ở trang Booking.com được xét duyệt một cách cẩn thận		0,793		
8. Sự chấp nhận các đánh giá (CN)			0,825	0,587
CN1. Tôi đồng tình với đánh giá ở Booking.com	Shen và cộng sự (2015)	0,746		
CN2. Thông tin từ bài đánh giá ở Booking.com đã giúp tôi hiểu rõ hơn về các nơi lưu trú được giới thiệu		0,771		
CN3. Các đánh giá ở Booking.com giúp tôi đưa ra quyết định đặt phòng (đặt hoặc không) dễ dàng hơn		0,736		
CN4. Đánh giá ở Booking.com đã nâng cao hiệu quả của tôi trong việc đưa ra quyết định đặt phòng		0,796		
CN5. Đánh giá ở Booking.com đã thúc đẩy tôi thực hiện hành động đặt phòng		0,779		
9. Ý định đặt phòng khách sạn (YD)			0,831	0,587
YD1. Tôi nghĩ rằng tôi sẽ lưu trú ở những nơi được giới thiệu trên Booking.com	Su và cộng sự (2022)	0,780		
YD2. Tôi thích những nơi lưu trú được giới thiệu ở Booking.com hơn so với các nơi khác		0,749		
YD3. Nếu mọi thứ đúng như kế hoạch của tôi, tôi sẽ lên tiến hành đặt phòng khách sạn ở Booking.com		0,800		
YD4. Trong 12 tháng tới, tôi có thể đặt phòng ở Booking.com		0,703		
YD5: Tôi rất thích đặt phòng ở trên Booking.com		0,795		