

ẢNH HƯỞNG MARKETING NỘI DUNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI ĐẾN ĐÁNH GIÁ TRẢI NGHIỆM VÀ LÒNG TRUNG THÀNH THƯƠNG HIỆU

Hoàng Cửu Long^{1*}, Phan Thắng¹

¹Đại học UEH

* Tác giả liên hệ: Email: hoangcuulong@ueh.edu.vn

Ngày nhận bài: 26/06/2024

Ngày chấp nhận: 23/09/2024

Ngày đăng: 25/10/2024

DOI: 10.52932/jfm.v15i7.580

Phụ lục 1. Thang đo

Mức độ về tính thông tin của Marketing nội dung trên Mạng xã hội

- | | |
|-----|--|
| TT1 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội cung cấp thông tin về thương hiệu XXX rất phù hợp |
| TT2 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội cung cấp thông tin về thương hiệu XXX rất có giá trị |
| TT3 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội cung cấp thông tin về thương hiệu XXX rất hữu ích |
| TT4 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội cung cấp thông tin về thương hiệu XXX rất kịp thời |

Mức độ về tính giải trí của Marketing nội dung trên Mạng xã hội

- | | |
|-----|--|
| GT1 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX rất giải trí/thích thú |
| GT2 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX rất thú vị |
| GT3 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX rất hứng thú |
| GT4 | Các nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX rất dễ chịu |

Mức độ về tính xã hội của Marketing nội dung trên Mạng xã hội

- | | |
|-----|---|
| XH1 | Chia sẻ những gì tôi lĩnh hội được từ những nội dung marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX với những người khác sẽ giúp tôi luôn kết nối |
| XH2 | Chia sẻ những gì tôi lĩnh hội được từ những nội dung marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX với những người khác sẽ giúp tôi nổi tiếng hơn |
| XH3 | Chia sẻ những gì tôi lĩnh hội được từ những nội dung marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX với những người khác sẽ giúp tôi xây dựng nhiều mối quan hệ |
| XH4 | Chia sẻ những gì tôi lĩnh hội được từ những nội dung marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX với những người khác sẽ giúp bạn bè của tôi yêu thích tôi |

Mức độ về chức năng của Marketing nội dung trên Mạng xã hội

- | | |
|-----|---|
| CH1 | Marketing trên mạng xã hội là kênh phù hợp để có thông tin thương hiệu XXX |
| CH2 | Marketing trên mạng xã hội là kênh đáng tin cậy để có thông tin thương hiệu XXX |
| CH3 | Marketing trên mạng xã hội là kênh tốt để có thông tin thương hiệu XXX |
| CH4 | Marketing trên mạng xã hội là nơi cung cấp thông tin thương hiệu XXX kịp thời |
| CH5 | Marketing trên mạng xã hội đáp ứng nhu cầu về thông tin thương hiệu XXX của tôi |

Mức độ về tính tin cậy của Marketing nội dung trên Mạng xã hội

- | | |
|-----|--|
| TC1 | Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX đáng tin cậy |
| TC2 | Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX đáng để tin |
| TC3 | Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX có thể tin được |
-

Mức độ về sự trải nghiệm của khách hàng về Marketing nội dung trên Mạng xã hội

TN1	Tôi thấy thỏa mãn với những nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX
TN2	Những nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX khiến tôi hài lòng
TN3	Tôi sẵn nguyện với các nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX
TN4	Tôi thấy những nội dung Marketing trên mạng xã hội của thương hiệu XXX cực kỳ thú vị

Mức độ về lòng trung thành thương hiệu của khách hàng

TH1	Tôi coi thương hiệu XXX là lựa chọn đầu tiên của mình
TH2	Tôi tự thấy mình là người trung thành với thương hiệu XXX
TH3	Tôi sẽ không mua thương hiệu nào khác nếu thương hiệu XXX có sẵn

Phụ lục 2. Path Coefficients

	CN	GT	TH	TN	TT	XH
CN				0,330		
GT				0,257		
TH						
TN			0,757			
TT				0,128		
XH				0,236		

Phụ lục 3. Outer Loadings

	CN	GT	TH	TN	TT	XH
CN1	0,843					
CN2	0,857					
CN3	0,862					
CN4	0,862					
CN5	0,811					
GT1		0,870				
GT2		0,905				
GT3		0,906				
GT4		0,839				
TH1			0,901			
TH2			0,925			
TH3			0,868			
TH1				0,900		
TN2				0,919		
TN3				0,908		
TN4				0,871		
TT1					0,849	
TT2					0,865	
TT3					0,882	
TT4					0,746	
XH1						0,822
XH2						0,859
XH3						0,891
XH4						0,874

Phụ lục 4. Outer Weights

	CN	GT	TH	TN	TT	XH
CN1	0,221					
CN2	0,250					
CN3	0,238					
CN4	0,238					
CN5	0,233					
GT1		0,263				
GT2		0,278				
GT3		0,287				
GT4		0,310				
TH1			0,383			
TH2			0,389			
TH3			0,339			
TH1				0,284		
TN2				0,279		
TN3				0,276		
TN4				0,273		
TT1					0,301	
TT2					0,296	
TT3					0,314	
TT4					0,283	
XH1						0,284
XH2						0,293
XH3						0,280
XH4						0,303

Phụ lục 5. Outer VIF Values

VIF		VIF	
CN1	2,433	TN1	3,228
CN2	2,454	TN2	3,753
CN3	2,651	TN3	3,266
CN4	2,619	TN4	2,543
CN5	2,115	TT1	2,221
GT1	2,792	TT2	2,412
GT2	3,682	TT3	2,470
GT3	3,290	TT4	1,514
GT4	2,006	XH1	1,990
TH1	2,523	XH2	2,310
TH2	3,010	XH3	2,815
TH3	2,177	XH4	2,465

Phụ lục 6. Inner VIF Values

CN	GT	TH	TN	TT	XH
CN			2,490		
GT			2,729		
TH					
TN		1,000			
TT			2,581		
XH			2,280		

Phụ lục 7. Bảng f^2

TT	GT	XH	CN	TN	TH
TT				0,021	
GT				0,080	
XH				0,080	
CN				0,144	
TN					1,343
TH					

Phụ lục 8. Bảng Q²

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
CN1	382.000	163.518	0.572
CN2	382.000	159.833	0.582
CN3	382.000	151.995	0.602
CN4	382.000	152.784	0.600
CN5	382.000	193.305	0.494
GT1	382.000	152.242	0.601
GT2	382.000	124.177	0.675
GT3	382.000	125.047	0.673
GT4	382.000	196.489	0.486
TH1	382.000	161.463	0.577
TH2	382.000	136.975	0.641
TH3	382.000	180.157	0.528
TN1	382.000	130.013	0.660
TN2	382.000	108.942	0.715
TN3	382.000	120.351	0.685
TN4	382.000	155.430	0.593
TT1	382.000	184.551	0.517
TT2	382.000	169.183	0.557
TT3	382.000	159.767	0.582
TT4	382.000	260.118	0.319
XH1	382.000	201.786	0.472
XH2	382.000	172.206	0.549
XH3	382.000	138.355	0.638
XH4	382.000	161.371	0.578

Phụ lục 9. Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CN -> TH	0,250	0,250	0,052	4,776	0,000
CN -> TN	0,330	0,329	0,065	5,105	0,000
GT -> TH	0,195	0,195	0,052	3,736	0,000
GT -> TN	0,257	0,258	0,069	3,754	0,000
TN -> TH	0,757	0,758	0,030	25,352	0,000
TT -> TH	0,097	0,097	0,047	2,037	0,042
TT -> TN	0,128	0,128	0,063	2,041	0,041
XH -> TH	0,179	0,179	0,037	4,779	0,000
XH -> TN	0,236	0,237	0,050	4,764	0,000

Phụ lục 10. Bảng Confidence Intervals

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2,5%	97,5%
CN -> TH	0,250	0,250	0,149	0,355
CN -> TN	0,330	0,329	0,201	0,455
GT -> TH	0,195	0,195	0,090	0,296
GT -> TN	0,257	0,258	0,118	0,390
TN -> TH	0,757	0,758	0,696	0,813
TT -> TH	0,097	0,097	0,002	0,186
TT -> TN	0,128	0,128	0,003	0,248
XH -> TH	0,179	0,179	0,105	0,252
XH -> TN	0,236	0,237	0,140	0,335