

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA SEN**

LƯƠNG XUÂN KIÊN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI SỰ HÀI LÒNG
CỦA KHÁCH HÀNG DÙNG ĐIỆN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã ngành: 60340102

NGƯỜI HƯỚNG DẪN: TS. TRẦN VĂN ĐẠT

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2020

MỤC LỤC

<i>CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU</i>	1
1.1 Lý do thực hiện đề tài.....	1
1.2 Mục tiêu nghiên cứu.....	2
1.3 Câu hỏi nghiên cứu.....	3
1.4 Đối tượng nghiên cứu, đối tượng khảo sát.....	3
1.5 Phạm vi nghiên cứu.....	3
1.6 Ý nghĩa nghiên cứu	4
1.7 Tính mới của nghiên cứu.....	4
1.8 Kết cấu của nghiên cứu	4
<i>CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN</i>	6
2.1 Các khái niệm có liên quan	6
2.2 Mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng.....	8
2.3 Mối quan hệ giữa chất lượng điện và sự hài lòng	15
2.4 Mối quan hệ giữa truyền thông và sự hài lòng.....	16
2.5 Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng	16
2.6 Mối quan hệ giữa giá và sự hài lòng	16
2.7 Mối quan hệ giữa hóa đơn và thanh toán đối với sự hài lòng	17
2.8 Mối quan hệ giữa hình ảnh doanh nghiệp và sự hài lòng	18
2.9 Đánh giá chung về nghiên cứu của các tác giả	18
2.10 Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết	20
<i>CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</i>	25
3.1 Quy trình nghiên cứu.....	25
3.2 Phương pháp nghiên cứu.....	26
<i>CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU</i>	33
4.1 Mô tả kết quả thu thập dữ liệu.....	33
4.2 Kiểm định thang đo	36
4.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	41
4.4 Phân tích hồi quy đa biến	45
4.5 Kết quả nghiên cứu.....	54

4.6	Thảo luận kết quả nghiên cứu	57
<i>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN</i>		62
5.1	Kết luận	62
5.2	Hàm ý quản trị.....	64
5.3	Hạn chế của nghiên cứu	70
5.4	Hướng phát triển của luận văn	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....		71
PHỤ LỤC 1.....		75
PHỤ LỤC 2.....		78
PHỤ LỤC 3.....		82
PHỤ LỤC 4.....		86
PHỤ LỤC 5.....		115