

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH THUÊ NHÀ TRỌ CỦA SINH VIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

HUỲNH QUANG MINH\*, NGUYỄN THỊ THỜ

Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

\*Tác giả liên hệ: huynhquangminh@iuh.edu.vn

DOIs: <https://doi.org/10.46242/jstiuh.v63i03.4818>

**Tóm tắt.** Nghiên cứu này nhằm mục đích giúp các chủ kinh doanh nhà trọ có căn cứ xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên để có những chiến lược phù hợp thu hút và thỏa mãn nhu cầu sinh viên thuê nhà trọ tại thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM). Tác giả đã thực hiện thu thập 422 mẫu khảo sát hợp lệ thông qua việc khảo sát trực tiếp và trực tuyến sinh viên trên địa bàn TP.HCM. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS gồm thống kê mô tả, đánh giá độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá và kiểm định các giả thuyết của mô hình bằng phương pháp hồi quy bội. Kết quả phân tích cho thấy có 8 nhân tố tác động đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM bao gồm: giá cả cảm nhận, vị trí, cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ, an ninh, môi trường sống, quan hệ xã hội, và chương trình khuyến mại.

**Từ khóa.** Quyết định thuê nhà trọ, sinh viên, giá cả cảm nhận, vị trí, cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ, an ninh, môi trường, quan hệ xã hội, khuyến mại.

## 1 GIỚI THIỆU

Nhu cầu thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM ngày càng nâng cao. Thực tế, theo kết quả thống kê báo cáo năm 2019-2020 của Bộ giáo dục và Đào tạo, cả nước có tổng cộng 237 trường đại học và có 1.672.881 sinh viên, tăng 146.000 sinh viên so với cùng kỳ năm trước (MOET, 2020). Trong đó, TP.HCM là thành phố lớn, tập trung nhiều sinh viên từ các tỉnh khác đến học; họ có nhu cầu ở ký túc xá nhưng số lượng ký túc xá của các trường thì lại có hạn. Cho nên, nhiều sinh viên phải tìm đến những nhà trọ ngoài ký túc xá của các trường. Đồng thời, nhà trọ cũng là nơi thực sự quan trọng, có ảnh hưởng lớn đến đời sống tinh thần cũng như sức khỏe của sinh viên. Cho nên, việc xây dựng nhà trọ phù hợp và đáp ứng nhu cầu của sinh viên là vấn đề quan trọng cần được quan tâm. Mặt khác, cho đến nay vẫn còn hạn chế số lượng đề tài nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM, hầu hết những đề tài nghiên cứu chỉ mới tập trung trong phạm vi một quận hoặc một trường ở TP.HCM, chưa có nghiên cứu khái quát trên phạm vi cả TP.HCM. Cho nên, nghiên cứu này tập trung xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM nhằm có kết quả làm căn cứ để đưa ra các hàm ý quản trị giúp chủ kinh doanh nhà trọ có những quyết định phù hợp đáp ứng nhu cầu của sinh viên cũng như để thu hút thêm nhiều sinh viên đến thuê hơn.

## 2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT, GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

### 2.1 Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết nền cho nghiên cứu này bao gồm lý thuyết hành vi người tiêu dùng, lý thuyết hành động hợp lý (TRA), và lý thuyết hành vi dự định (TPB).

Hành vi người tiêu dùng từ lâu đã được khái niệm là sự tương tác năng động của các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức, hành vi và môi trường mà qua sự thay đổi đó con người thay đổi cuộc sống của họ (Schiffman, Bednall, & Watson, 1965).

Theo lý thuyết hành động hợp lý TRA (Bunce & Birdi, 1998) và lý thuyết hành vi dự định TPB (Ajzen, 1991) thì xu hướng hành vi nhằm thực hiện hành vi được cho rằng có thể sẽ được giải thích hoặc dự báo. Những nhân tố tác động ảnh hưởng tới hành vi đều nằm trong các xu hướng hành vi được giả định, và mức độ nỗ lực mà mọi người đã cố gắng để thực hiện hành vi này. Thông qua thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi cảm nhận tác động tới xu hướng hành vi và cuối cùng là quyết định thực sự. Việc quyết định sẽ dựa trên những phân tích của những nhân tố xung quanh và cảm nhận của mỗi người để đưa ra lựa chọn cuối cùng. Sự đánh giá và niềm tin đối với hành động thông qua những nhận thức về các thuộc tính sản phẩm được dùng để đo lường thái độ của từng cá nhân. Trong việc thuê nhà trọ, nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ là những nhân tố xung quanh và cảm nhận của người thuê đối với nhà trọ đó.

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ...

Theo một số học giả nước ngoài, quyết định thuê nhà trọ có ảnh hưởng bởi các nhân tố khác nhau như giá cả và địa điểm (Imelda, Yunisvita, Bachri, Adnan, & Saadah, 2018) hay nhân tố vị trí (Magni, Pescaroli, & Bartolucci, 2019). Ngoài ra, các chương trình khuyến mại cũng có tác động không nhỏ tới việc lựa chọn chỗ ở (Surakhunthot & Limsurapong, 2019).

Ở trong nước, nghiên cứu của tác giả Lê Anh Tuấn & Tô Vĩnh Lộc (2019) đã chỉ ra rằng có 6 nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn nơi ở của sinh viên là (1) Giá cả, (2) Môi trường sống, (3) Chất lượng dịch vụ, (4) Cơ sở vật chất, (5) Vị trí, (6) An ninh (Lê & Tô, 2019); hay nghiên cứu của tác giả Đinh Hoàng Tường Vi & cs. (2020) cũng cho kết quả có 5 nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn nhà trọ của sinh viên Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm: (1) An ninh, (2) Quan hệ xã hội, (3) Vị trí, (4) Giá cả, và (5) Dịch vụ (Vi, Trung, Chi, Chung, & Tú, 2020).

### 2.2 Giải thuyết nghiên cứu

#### (1) Giá cả cảm nhận

Giá cả cảm nhận (perceived price) là giá cả mà người tiêu dùng cảm nhận dựa trên kiến thức và kinh nghiệm của họ. Giá cả có thể ảnh hưởng ngược chiều đối với giá cả cảm nhận (Suhud, Allan, Rahayu, & Prihandono, 2022). Theo tác giả Kotler & Armstrong (2014), giá cả được đề cập đến là số tiền mà người mua bỏ ra để nhận lại dịch vụ, sản phẩm hay tài sản nào đó, hoặc nó có thể là giá trị mà họ nhận được khi sử dụng dịch vụ hay sản phẩm (Kotler & Armstrong, 2014). Giá cả có thể thay đổi tùy vào nhu cầu của thị trường để đáp ứng mong muốn từ nhà cung cấp hay người bán cũng như nhu cầu của người sử dụng. Tuy nhiên, giá cả sẽ phải rõ ràng, chính xác cũng như hợp với chi tiêu và chất lượng mà sản phẩm dịch vụ đó mang tới. Trước khi người mua trả cho bất kỳ dịch vụ hay sản phẩm thì họ luôn phải cân nhắc thật kỹ, quyết định này phụ thuộc rất nhiều vào giá trị mang lại của sản phẩm dịch vụ này tốt hơn những sản phẩm dịch vụ khác cũng như khả năng chi tiêu của mỗi người. Hơn nữa, khi chi trả cho thuê nhà trọ thì sinh viên luôn quan tâm đến chỗ ở đó có đảm bảo các tiện ích cần thiết đúng nhu cầu mà họ mong muốn và phù hợp với số tiền mà họ bỏ ra hay không. Do đó, giả thuyết được đưa ra:

*H1: Giá cả cảm nhận ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

#### (2) Vị trí

Vị trí về chỗ ở được xác định là địa điểm rõ ràng chính xác trong khu vực, sinh viên khi lựa chọn chỗ ở thường quan tâm đến những vị trí dễ đi lại, gần trạm xe buýt, trường học, gần chợ hay bệnh viện cũng như các trung tâm dạy thêm hay cửa hàng tiện lợi. Với những vị trí thuận lợi sẽ giúp sinh viên thuận lợi hơn trong việc di chuyển tới trường hay đi làm thêm cũng như được sống trong môi trường có điều kiện sinh hoạt và cuộc sống hàng ngày được đảm bảo. Theo Kauko (2006, 2007), yếu tố vị trí căn nhà còn quan trọng hơn nhiều so với chính căn nhà đó (Kauko, 2006, 2007). Do đó, tác giả đưa ra giả thuyết:

*H2: Vị trí ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

#### (3) Cơ sở vật chất

Mô hình nhu cầu của Maslow cho rằng một trong những nhu cầu cơ bản và mạnh nhất của con người là cơ sở vật chất (Maslow, 1943). Để bảo đảm được điều kiện sinh hoạt cần thiết và nhu cầu cơ bản thì con người luôn đặt cơ sở vật chất làm ưu tiên hàng đầu. Với mỗi đối tượng khác nhau sẽ có những yêu cầu cơ bản về cơ sở vật chất, tuy nhiên tối thiểu là phải phục vụ được những yêu cầu cho sinh hoạt hàng ngày. Một số điều kiện có thể bao gồm về diện tích phòng trọ phù hợp với nhu cầu sử dụng, nhà vệ sinh đáp ứng được các nhu cầu của con người, có vị trí để nấu ăn và để xe, không gian phòng thoáng mát sạch sẽ, phòng phải có kết cấu vững chắc cho người thuê. Cho nên giả thuyết đưa ra:

*H3: Cơ sở vật chất ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

#### (4) Chất lượng dịch vụ

Mỗi người khi dùng dịch vụ sẽ đưa ra được cảm nhận về sự mong muốn và hài lòng của họ về dịch vụ so với những gì khi sử dụng dịch vụ đó họ thực sự cảm nhận được. Dựa vào sự mong đợi tốt hay bình thường thì người thuê nhà trọ có thể đánh giá một nhà trọ có chất lượng dịch vụ tốt hơn hay thấp hơn so với những gì đang cảm nhận. Theo Thomasson & Ovretveit (1994) chất lượng dịch vụ là dịch vụ đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng và là nhận thức của họ khi đã sử dụng dịch vụ (Thomasson & Øvretveit, 1994). Cho nên giả thuyết được đặt ra là:

*H4: Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

### **(5) An ninh**

Theo Maslow (1943), vấn đề về an toàn và an ninh là những nhân tố thứ hai mà con người quan tâm sau cơ sở vật chất (Maslow, 1943). Đây là nhu cầu cần thiết và tối thiểu, ngoài sự đảm bảo về tài sản tính mạng được an toàn thì con người cũng quan tâm đến an toàn về tinh thần. Người thuê nhà trọ luôn quan tâm đến chỗ ở của mình phải tránh được các tệ nạn trộm cắp, cướp giật, các tệ nạn xã hội, ô nhiễm tiếng ồn hay ô nhiễm về môi trường sống do rác thải hay nguồn nước. Ngoài ra, họ còn mong muốn sự an toàn về tài sản như chỗ trọ phải có camera theo dõi, có các phương tiện phòng chống cháy nổ, lối thoát hiểm hay thậm chí sẽ có quy tắc về thời gian cũng như quy định ra vào phù hợp. Cho nên giả thuyết được đặt ra là:

*H5: An ninh ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

### **(6) Môi trường sống**

Theo Luật bảo vệ môi trường số 72/2020/QH14, môi trường sống là tất cả những nhân tố về vật chất hay tự nhiên xung quanh, nó có tác động rất lớn tới sự phát triển, sức khỏe và đời sống hàng ngày của mỗi người (Nguyễn, 2020). Theo tháp nhu cầu của Maslow (1943), môi trường sống nằm ở mức hai của tháp nhu cầu (Maslow, 1943). Người thuê nhà trọ rất quan tâm tới môi trường sống xung quanh phòng trọ bởi nó tác động không nhỏ tới cuộc sống của mỗi người. Một môi trường sống ổn định, thoải mái không bị ảnh hưởng bởi những ô nhiễm xung quanh, giao thông đi lại được đảm bảo, không khí trong lành, mọi người được thoải mái làm những điều mình thích góp phần tăng sức khỏe. Nó không chỉ cải thiện đời sống mà còn giúp con người làm việc tốt hơn. Do đó, giả thuyết đặt ra là:

*H6: Môi trường sống ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

### **(7) Quan hệ xã hội**

Kotler & Armstrong (2014) cho rằng mỗi quan hệ xã hội tốt không chỉ góp phần tạo ra giá trị sống tốt hơn mà còn đóng góp trong việc tạo dựng một môi trường sống tốt (Kotler & Armstrong, 2014). Khi lựa chọn phòng trọ, người ta luôn mong muốn bản thân tìm được một nơi có những người hàng xóm và chủ nhà trọ thân thiện, hiếu khách, sẵn sàng giúp đỡ nhau trong mọi hoàn cảnh. Họ rất ngại sống trong một môi trường có những mối quan hệ phức tạp, ẩn chứa những mối nguy hiểm cho bản thân họ kể cả về tinh thần hay thể chất. Những mối quan hệ tốt tác động rất lớn trong việc góp phần giúp họ tự tin và thoải mái hơn. Do đó, giả thuyết đặt ra là:

*H7: Quan hệ xã hội ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

### **(8) Chương trình khuyến mại**

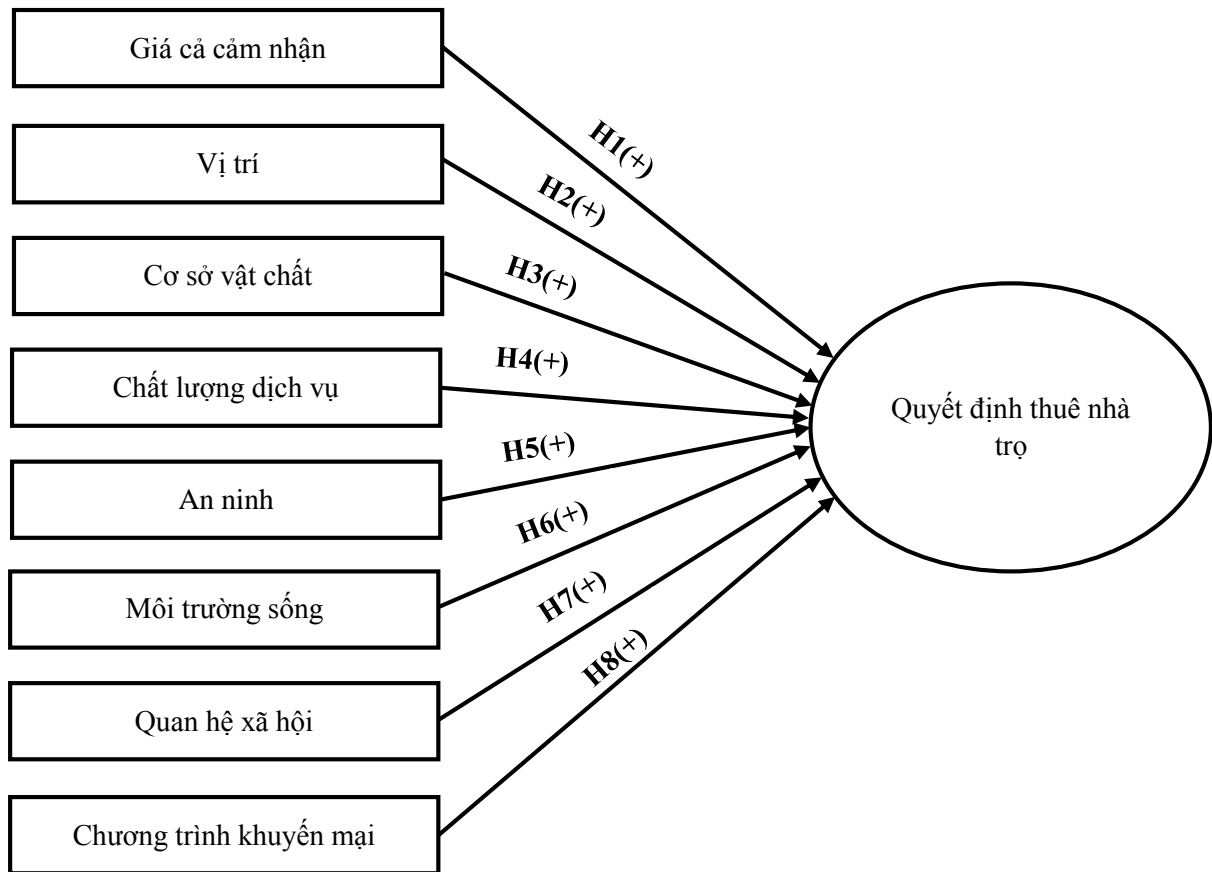
Các khuyến mại hay khuyến mãi được sử dụng nhằm tạo thêm sự thu hút cũng như tăng cảm nhận thích thú của người sử dụng đối với dịch vụ hay sản phẩm họ sử dụng (Surakhunthot & Limpsurapong, 2019). Nhiều sinh viên khi tìm kiếm nhà trọ để thuê thường bị thu hút bởi những khu nhà đang có chương trình giảm giá cho sinh viên, những đồ nội thất được sử dụng kèm khi họ đồng ý thuê nhà trọ. Cho nên, giả thuyết đặt ra:

*H8: Chương trình khuyến mại ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.*

## **2.3 Mô hình nghiên cứu**

Từ kết quả của những nghiên cứu có liên quan đã được thực hiện, cùng với những nhận định, quan sát và phân tích, mô hình nghiên cứu được tác giả đề xuất như sau:

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ...



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

### 3.1 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thiết kế theo nghiên cứu định lượng, dữ liệu được thu thập qua khảo sát bằng bản câu hỏi thiết kế sẵn. Việc khảo sát được thực hiện theo phương pháp thuận tiện thông qua hệ thống mạng internet và phỏng vấn trực tiếp sinh viên tại TP.HCM.

**Số lượng mẫu** thu thập được là 422 đạt yêu cầu bảo đảm đủ cho xử lý dữ liệu như Hair, Anderson, Tatham, & William (1998) đã xác định, trong các nghiên cứu có sử dụng phân tích nhân tố, kích thước mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần tổng số biến quan sát  $n = 5 * m$  ( $m$  là biến quan sát) và kích thước mẫu tối thiểu phải lớn hơn 50 (J. F. Hair, Anderson, Tatham, & William, 1998).

Số biến quan sát trong nghiên cứu này là 39 biến, vì vậy kích thước mẫu tối thiểu là  $5 * 39 = 195$ . Như vậy với 422 mẫu khảo sát đã đạt yêu cầu để đưa vào xử lý dữ liệu và bảo đảm đủ lớn về kích thước mẫu.

Việc xử lý dữ liệu, tác giả sử dụng phần mềm SPSS để kiểm tra độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan, và phân tích hồi quy tuyến tính để xác định mối liên hệ giữa các nhân tố độc lập và nhân tố phụ thuộc nhằm kiểm định các giả thuyết.

#### **Xây dựng thang đo**

Thang đo được xây dựng dựa trên thang đo của các nghiên cứu trước (Phụ lục 1), cụ thể:

Thang đo Giá cả cảm nhận bao gồm 6 biến quan sát: GCCN1, GCCN2, GCCN3, GCCN4, GCCN5, GCCN6

Thang đo Vị trí bao gồm 5 biến quan sát: VT1, VT2, VT3, VT4, VT5

Thang đo Cơ sở vật chất bao gồm 5 biến quan sát: VC1, VC2, VC3, VC4, VC5

Thang đo Chất lượng dịch vụ bao gồm 5 biến quan sát: DV1, DV2, DV3, DV4, DV5

Thang đo An ninh bao gồm 4 biến quan sát: AN1, AN2, AN3, AN4

Thang đo Môi trường sống bao gồm 4 biến quan sát: MT1, MT2, MT3, MT4

Thang đo Quan hệ xã hội bao gồm 3 biến quan sát: QH1, QH2, QH3

Thang đo Chương trình khuyến mãi bao gồm 3 biến quan sát: KM1, KM2, KM3  
 Thang đo Quyết định thuê nhà trọ bao gồm 4 biến quan sát: QĐ1, QĐ2, QĐ3, QĐ4

## 4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

### 4.1 Kết quả về mẫu nghiên cứu

Đối tượng khảo sát của nghiên cứu này sinh viên trên địa bàn TP.HCM. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu như sau:

Bảng 1. Thống kê mô tả đặc điểm mẫu khảo sát

	Chỉ tiêu	Số lượng	Tỷ trọng (%)
<b>Giới tính</b>	Nam	224	53,1
	Nữ	198	46,9
	<b>Tổng</b>	<b>422</b>	<b>100,0</b>
<b>Năm theo học</b>	Năm nhất	40	9,5
	Năm 2	113	26,8
	Năm 3	150	35,5
	Năm 4	119	28,2
	<b>Tổng</b>	<b>422</b>	<b>100,0</b>
<b>Mức thu nhập hàng tháng</b>	Dưới 2 triệu đồng	124	29,4
	Từ 2 - dưới 5 triệu đồng	224	53,1
	Từ 5 – đến 10 triệu đồng	62	14,7
	Trên 10 triệu đồng	12	2,8
	<b>Tổng</b>	<b>422</b>	<b>100,0</b>
<b>Quê quán</b>	Miền Bắc	49	11,6
	Miền Trung	155	36,7
	Tây Nguyên	66	15,6
	Miền Nam	152	36,0
	<b>Tổng</b>	<b>422</b>	<b>100,0</b>
<b>Trường đại học (ĐH) đang theo học</b>	ĐH Công Nghiệp TP.HCM	122	28,9
	ĐH Văn Lang	35	8,3
	ĐH Tôn Đức Thắng	30	7,1
	ĐH Sài Gòn	22	5,2
	ĐH FPT	13	3,1
	ĐH TP.HCM	36	8,5
	ĐH Văn Hiến	18	4,3
	ĐH Công nghệ Thực phẩm TP.HCM	12	2,8
	ĐH Công Nghệ TP.HCM	18	4,3
	ĐH Công nghệ Thực phẩm TP.HCM	21	5,0
	ĐH Giao thông Vận tải TP.HCM	17	4,0
	ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn	26	6,2
	ĐH Kiến trúc TP.HCM	19	4,5
	Khác	33	7,8
	<b>Tổng</b>	<b>422</b>	<b>100,0</b>

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ...

Theo kết quả phân tích, tỷ lệ giữa nam và nữ chênh lệch không nhiều, sinh viên năm 3 và sinh viên có mức thu nhập từ 2 đến dưới 5 triệu đồng chiếm đa số, số lượng câu trả lời chủ yếu đến từ sinh viên trường Đại học Công nghiệp TP.HCM.

### 4.2 Kết quả kiểm định thang đo

#### 4.2.1 Kiểm định độ tin cậy thang đo với hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả bảng 2 cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến đo lường nhân tố này đạt chuẩn cho phép (>0,3), tuy nhiên có thang đo “Vị trí” cần phải loại biến “VT1” vì có hệ số các hệ số tương quan biến tổng  $0,185 < 0,3$ , và thang đo “Cơ sở vật chất” cần phải loại biến “VC5” vì có hệ số các hệ số tương quan biến tổng  $0,274 < 0,3$ . Sau khi loại biến thì tất cả các thang đo đều được chấp nhận.

Bảng 2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha

Biến	Mã hóa	Thang đo	Cronbach's Alpha
Biến độc lập	GCCN	Giá cả cảm nhận	0,870
	VT	Vị trí	0,780
	VC	Cơ sở vật chất	0,696
	DV	Chất lượng dịch vụ	0,830
	AN	An ninh	0,825
	MT	Môi trường sống	0,839
	QH	Quan hệ xã hội	0,682
	KM	Chương trình khuyến mại	0,696
Biến phụ thuộc	QĐ	Quyết định thuê nhà trọ	0,814

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

#### 4.2.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả ở bảng 3 cho thấy rằng thang đo “Chất lượng dịch vụ” cần phải loại biến DV4 do xuất hiện hai hệ số tải và  $0,500 - 0,423 = 0,077 (< 0,3)$ . Còn lại 32 biến độc lập quan sát đưa vào phân tích nhân tố khám phá, dùng phương pháp rút trích Principal Components và phép quay Varimax. Hệ số KMO =  $0,906 > 0,5$  nên thỏa mãn yêu cầu phân tích nhân tố ( $0,5 \leq KMO \leq 1$ ) (J. Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010), mức ý nghĩa Sig. =  $0,000 < 0,05$  của kiểm định Bartlett cho biết có các biến quan sát tương quan với nhau trong tổng thể có ý nghĩa thống kê, do đó các quan sát phù hợp cho việc phân tích nhân tố. Giá trị Eigenvalues là  $1,1084 > 1$ , phân tích nhân tố đã rút trích thành 8 nhóm nhân tố với tổng phương sai trích là  $63,380\% > 50\%$  (đạt yêu cầu). Điều này chứng tỏ  $63,380\%$  biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 8 nhân tố này.

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Nhân tố	Hệ số KMO	Sig	Tổng phương sai trích	Hệ số Factor Loading
<b>1. Các biến độc lập</b>	0,906	0,000	63,308	
Giá cả cảm nhận				0,648 – 0,789
Vị trí				0,604 – 0,727
Cơ sở vật chất				0,676 – 0,763
Chất lượng dịch vụ				0,619 – 0,819
An ninh				0,721 – 0,733
Môi trường sống				0,646 – 0,769
Quan hệ xã hội				0,613 – 0,761
Chương trình khuyến mại				0,646 – 0,770
<b>2. Biến phụ thuộc</b>	0,771	0,000	64,474	
Quyết định thuê nhà trọ				0,727 – 0,867

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

### 4.3 Kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu

#### 4.3.1 Phân tích tương quan

Trước khi tiến hành phân tích hồi quy, nghiên cứu sử dụng hệ số tương quan Pearson để lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ tuyến tính giữa các biến. Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy tám nhân tố H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8 đều có mối quan hệ tuyến tính chặt chẽ với nhân tố quyết định thuê nhà trọ ở mức ý nghĩa 1%.

#### 4.3.2 Phân tích hồi quy

Dùng phương pháp xây dựng mô hình Enter là một phương pháp phổ biến để xây dựng mô hình hồi quy, kết quả như sau:

Bảng 4. Hệ số phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	Sai số chuẩn dự báo	Sig	Hệ số Durbin-Watson
1	0,745 <sup>a</sup>	0,554	0,546	0,51623	0,000	1,694

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

Kết quả cho thấy R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0,554 nghĩa là mô hình này giải thích được 55,4% sự biến thiên của biến phụ thuộc (Quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM) thông qua 8 nhân tố độc lập. Như vậy mô hình nghiên cứu là phù hợp và tương quan chặt chẽ.

Bảng 5. Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình ANOVA<sup>a</sup>

Mô hình	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig	
1	Hồi quy	136,956	8	17,120	64,239	0,000 <sup>b</sup>
	Số dư	110,063	413	0,266		
	Tổng	247,019	421			

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

Bảng ANOVA cho thấy giá trị F của mô hình ở mức ý nghĩa rất nhỏ là 0,000 < 0,05 nên mô hình đưa ra phù hợp với tổng thể và các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được sự thay đổi của biến phụ thuộc.

### 4.4 Ý nghĩa kết quả hồi quy

Bảng 6: Hệ số hồi quy

Model	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Hằng số)	-0,228	0,198		-1,151	0,250
	GCCN	0,220	0,041	0,225	5,48	0,000
	VT	0,132	0,048	0,125	2,777	0,006
	VC	0,125	0,041	0,117	3,044	0,002
	DV	0,166	0,042	0,171	3,932	0,000
	AN	0,168	0,044	0,158	3,836	0,000
	MT	0,115	0,045	0,116	2,553	0,011
	QH	0,095	0,041	0,085	2,321	0,021
	KM	0,093	0,035	0,100	2,633	0,009

thuê nhà trọ (Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát 422 sinh viên trên địa bàn TP.HCM, 2022)

Kết quả phân tích hồi quy ta thấy có tám biến có Sig. đều nhỏ hơn 0,05 và đều tác động dương với quyết định (Y) nên thỏa mãn điều kiện thống kê.

**Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa:**

$$QĐ = -0,228 + 0,220*GCCN + 0,132*VT + 0,125*VC + 0,166*DV + 0,168*AN + 0,115*MT + 0,095*QH + 0,093*KM$$

**Phương trình hồi quy chuẩn hóa:**

$$QĐ = 0,225*GCCN + 0,125*VT + 0,117*VC + 0,171*DV + 0,158*AN + 0,116*MT + 0,085*QH + 0,100*KM$$

**4.5 Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Qua kết quả nghiên cứu cho thấy, có 9 nhân tố được tiến hành phân tích với 39 biến quan sát. Sau khi tiến hành phân tích Cronbach's Alpha đã loại ra biến VT1 và VC5 do có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) nhỏ hơn 0,3 cụ thể biến quan sát VT1 có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) là  $0,210 < 0,3$  và biến quan sát VC5 có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) là  $0,296 < 0,3$  nên hai biến quan sát này đã bị loại khỏi thang đo.

Qua quá trình phân tích nhân tố khám phá (EFA), biến quan sát không đủ độ tin cậy là DV4 do xuất hiện hai hệ số của biến và hiệu của hai hệ số nhỏ hơn 0,3 nên bị loại. Quá trình phân tích hệ số tương quan Pearson và tương quan hồi quy, các biến nhân tố còn lại trong mô hình đều đủ điều kiện để thực hiện phân tích hồi quy.

Thông qua các kiểm định, có thể khẳng định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM theo thứ tự tầm quan trọng là: Giá cả cảm nhận (GCCN), Chất lượng dịch vụ (DV), An ninh (AN), Vị trí (VT), Cơ sở vật chất (VC), Môi trường sống (MT), Chương trình khuyến mại (KM), Quan hệ xã hội (QH).

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy giá cả cảm nhận (GCCN) là nhân tố ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM ( $\beta=0,225$ ;  $p=0,000$ ). Kết quả nghiên cứu này tương đồng với một số nghiên cứu tương tự về giá cả của tác giả Việt Nam (Lê & Tô, 2019; Vi & cs., 2020); và nước ngoài (Imelda & cs., 2018). Như vậy giá cả càng thấp thì sinh viên càng tăng quyết định thuê phòng trọ.

Nhân tố vị trí (VT) có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều với quyết định thuê phòng trọ của sinh viên tại TP.HCM ( $\beta=0,125$ ). Điều này hoàn toàn phù hợp với kết quả nghiên cứu của các tác giả nước ngoài (Magni & cs., 2019) và trong nước (Lê & Tô, 2019; Vi & cs., 2020). Do đó vị trí càng thuận lợi cho đi lại, gần trường và các tiện ích thì quyết định thuê nhà trọ của sinh viên sẽ càng tăng.

Nhân tố thứ ba là cơ sở vật chất ( $\beta=0,117$ ) có ảnh hưởng đến quyết định thuê phòng trọ của sinh viên tại TP.HCM, điều này được minh chứng qua các nghiên cứu trong nước của nhiều tác giả (Lê & Tô, 2019). Cơ sở vật chất càng đầy đủ, tiện nghi thì quyết định thuê nhà trọ của sinh viên càng tăng.

Nhân tố chất lượng dịch vụ ( $\beta=0,171$ ) có ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM, điều này phù hợp với kết quả của các tác giả Việt Nam trước đó (Lê & Tô, 2019; Vi & cs., 2020). Điều này cho thấy, chất lượng dịch vụ càng tốt thì sinh viên sẽ tăng quyết định thuê nhà trọ.

Nhân tố an ninh ( $\beta=0,158$ ) có ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM, điều này được chứng minh qua các nghiên cứu trước đó của các tác giả trong nước (Lê & Tô, 2019; Vi & cs., 2020). Do đó, với an ninh được đảm bảo và an toàn càng cao thì quyết định thuê nhà trọ của sinh viên sẽ càng tăng.

Nhân tố môi trường sống ( $\beta=0,116$ ) có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều với quyết định thuê phòng trọ của sinh viên tại TP.HCM. Điều này giống với các nghiên cứu trước đó trong nước (Lê & Tô, 2019). Vì vậy với môi trường sống càng tốt thì quyết định thuê nhà trọ của sinh viên càng cao.

Nhân tố quan hệ xã hội ( $\beta=0,085$ ) có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều với quyết định thuê phòng trọ của sinh viên tại TP.HCM. Điều này hoàn toàn tương đồng với các nghiên cứu trước đó trong nước (Vi & cs., 2020). Do đó, quan hệ xã hội ở chỗ trọ càng tốt thì sinh viên có quyết định thuê nhà trọ càng cao.

Nhân tố chương trình khuyến mại ( $\beta=0,110$ ) có ảnh hưởng trực tiếp và thuận chiều với quyết định thuê phòng trọ của sinh viên tại TP.HCM. Điều này hoàn toàn tương đồng với các nghiên cứu trước đó của các tác giả nước ngoài (Surakhunthot & Limpsurapong, 2019). Vì vậy, chương trình khuyến mại càng nhiều thì quyết định thuê nhà trọ của sinh viên càng cao.



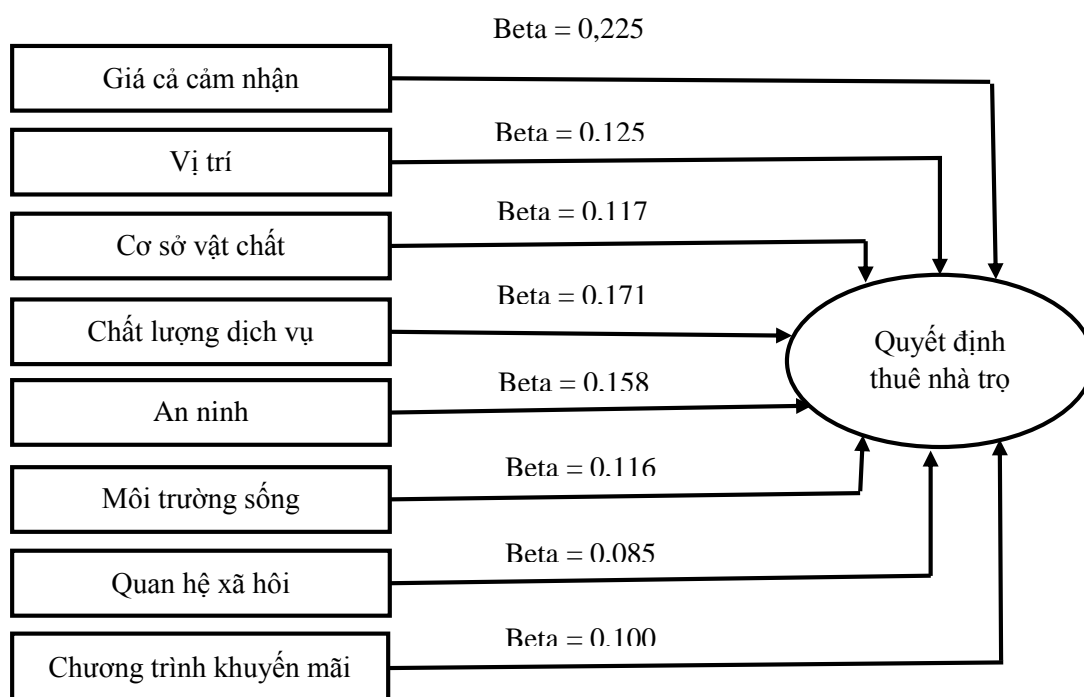
#### 4.6 Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu

Tất cả các giả thuyết đưa ra đều được chấp nhận do các nhân tố có tác động dương (hệ số Beta dương) đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM (Y) với mức ý nghĩa Sig. <0,05. Nghĩa là khi tăng nhân tố này sẽ làm tăng quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM.

Bảng 7: Kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

Giả thiết	Diễn giải	Kết quả
H1	Giá cả cảm nhận ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H2	Vị trí ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H3	Cơ sở vật chất ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H4	Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H5	An ninh ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H6	Môi trường sống ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H7	Quan hệ xã hội ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H8	Chương trình khuyến mại ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận

Từ những phân tích trên ta có thể kết luận mô hình lý thuyết thích hợp với dữ liệu nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu được chấp nhận gồm giả thuyết H1, H2, H4, H5, H6, H7 và H8. Kết quả kiểm định mô hình lý thuyết được minh họa qua hình như sau:



Hình 2 Mô hình nghiên cứu đã kiểm định

## 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

### 5.1 Kết luận

Kết quả nghiên cứu này là một trong những căn cứ khoa học khẳng định rằng quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM ảnh hưởng bởi 8 nhân tố chủ yếu, bao gồm: giá cả cảm nhận, vị trí, cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ, an ninh, môi trường sống, quan hệ xã hội, và chương trình khuyến mại.

### 5.2 Hàm ý quản trị

#### Giá cả cảm nhận

Giá trị trung bình (mean) của nhân tố này đạt ở mức 3,7010 trong thang đo Likert 5 mức độ. Đồng thời các biến trong thang đo này đều đạt giá trị trung bình trên 3,5. Trong đó biến "GCCN3" đạt giá trị trung bình cao nhất là 3,78; tiếp theo là "GCCN2" với mức giá trị trung bình là 3,77. Cho nên có thể thấy sinh viên rất quan tâm đến giá cả khi quyết định thuê nhà trọ tại TP.HCM. Mặt khác nhân tố "Giá cả cảm nhận" này có hệ số Beta = 0,225 lớn nhất so với các hệ số của các nhân tố khác ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM. Từ kết quả trên cho thấy nhân tố giá cả cảm nhận có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của sinh viên. Các chủ nhà trọ nên đảm bảo giá cả thuê nhà trọ tốt cho sinh viên và cần chú ý giá cả cần cân nhắc phù hợp theo mặt bằng chung, tuy nhiên giá dao động theo xếp hạng phòng, loại phòng, tiện nghi, trang trí, địa điểm, phòng đẹp, ... và ngược lại; các nhân tố giá điện và nước cần được tuân thủ theo chính sách của nhà nước, không nên tăng giá thường xuyên gây khó khăn cho sinh viên; cũng như cần đảm bảo giá phòng phù hợp với chất lượng và mức giá chung.

#### Vị trí

Nhân tố "Vị trí" có điểm trung bình là 3,7530 được đánh giá ở mức cao trong thang đo Likert 5 mức độ. Trong đó, biến quan sát VT3 có điểm trung bình cao nhất là 3,89; biến quan sát VT4 có điểm trung bình là 3,74. Mặt khác, hệ số beta của nhân tố "Vị trí" là 0,125 cao thứ tư trong các hệ số của các nhân tố khác ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM. Từ kết quả đó cho thấy "Vị trí" của các nhà trọ cũng là đặc điểm mà các sinh viên hướng đến. Do đó các doanh nghiệp kinh doanh phòng trọ cần xem xét lựa chọn khu vực, vị trí gần các trường đại học, nơi làm việc, gần các siêu thị để thuận tiện cho việc đi lại và đáp ứng nhu cầu của sinh viên.

#### Cơ sở vật chất

Nhân tố "Cơ sở vật chất" có điểm trung bình là 3,7743 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát VC1 và VC2 có cùng điểm trung bình là 3,82; biến quan sát VC3 có điểm trung bình là 3,73. Từ kết quả đó cho thấy nhân tố "Cơ sở vật chất" là nhân tố quan trọng mà sinh viên quan tâm đến khi quyết định thuê phòng trọ. Có một chỗ trọ tốt khiến cho học sinh cảm thấy thoải mái hơn, đảm bảo các nhu cầu sinh hoạt. Những doanh nghiệp kinh doanh phòng trọ cần chú ý xây dựng nhà trọ đảm bảo về các mặt như diện tích: không quá chật, vừa phải phù hợp có diện tích tối thiểu để sinh hoạt; về các tiện ích; có không gian thoáng mát, sạch sẽ, đủ ánh sáng, tránh ở khu vực dễ xảy ra ngập lụt do mưa, có hệ thống nhà vệ sinh khép kín, bếp (nếu có).

#### Chất lượng dịch vụ

Nhân tố "Chất lượng dịch vụ" có điểm trung bình là 3,7127 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát DV2 có điểm trung bình cao nhất là 3,71; biến quan sát DV1 và DV3 có điểm cùng trung bình là 3,73; Mặt khác, hệ số beta của nhân tố "Chất lượng dịch vụ" là 0,171 cao thứ hai trong các hệ số của các nhân tố khác ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM. Bởi vậy "Chất lượng dịch vụ" là nhân tố ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn sinh viên. Hầu hết mọi sinh viên đều có thời gian biểu học tập và làm việc đan xen nhau khiến họ trở nên bận rộn và không có thời gian chăm chút. Các doanh nghiệp kinh doanh phòng trọ và chủ nhà trọ cần chú ý xây dựng nhà trọ đầy đủ tiện nghi như: gần các siêu thị, quầy bán thức ăn sẵn (an toàn và bảo đảm), dịch vụ quét dọn, máy giặt, chỗ để xe, ... là những yêu cầu hàng đầu đối với sinh viên. Các chủ nhà trọ nên nhìn nhận các nhu cầu và sắp xếp, mang lại tiện ích tuyệt đối cho họ, xây dựng các nhà trọ gần cửa hàng tiện lợi và quanh các trường học thuận tiện cho việc đi lại, vệ sinh sạch sẽ các khu vực để xe, sảnh, ... lắp đặt những đường truyền mạng ổn định, vì việc dùng internet của sinh viên là nhu cầu thiết yếu, các kết nối wifi ổn định giúp cải thiện việc học tập, và một số hoạt động. Phòng trọ cần nâng cấp, cải thiện các dịch vụ sẽ thu hút lựa chọn của các sinh viên hơn.

### **An ninh**

Nhân tố "An ninh" có điểm trung bình là 3,7802 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát AN3 có điểm trung bình cao nhất là 3,88; biến quan sát AN4 có điểm trung bình là 3,82. Mặt khác, hệ số beta của nhân tố "An ninh" là 0,158 cao thứ ba trong các hệ số của các nhân tố khác ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM. Nhân tố "An ninh" ảnh hưởng lớn tới quyết định thuê nhà trọ của sinh viên bởi khu vực xung quanh nhà trọ cần được bảo vệ an ninh an toàn, nó sẽ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phòng trọ của sinh viên. Một nơi an ninh tốt, đảm bảo giúp cho sinh viên sinh sống tốt hơn, không gây lo lắng dù có làm việc về muộn, và hơn thế gia đình họ cũng cảm thấy yên tâm phần nào khi con cái mình đi học, làm việc xa nhà. Các nhà trọ nên có biện pháp phù hợp về an ninh, vì hiện nay công nghệ cũng tiên tiến rất dễ dàng để tạo ra những biện pháp bảo vệ nhà trọ an toàn, nên thiết kế lắp đặt camera và ổ khóa chắc chắn chống kẻ xâm nhập vào. Cổng ra vào nên được làm rào cao, tường được làm từ bê tông chắc chắn để không xảy ra những điều đáng tiếc. Hiện nay có rất nhiều nhà trọ có những vụ cháy nổ, để đề phòng nên đặt các bình chữa cháy ở các tầng gần các khu nhà để đảm bảo an toàn không ảnh hưởng đến tính mạng của sinh viên. Các nhà trọ nên đưa ra các quy định chung để các sinh viên thực hiện theo góp phần giúp cho an ninh đảm bảo với mật độ cao.

### **Môi trường sống**

Nhân tố "Môi trường sống" có điểm trung bình là 3,7530 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát MT4 có điểm trung bình cao nhất là 3,81; biến quan sát MT3 có điểm trung bình là 3,77. Từ kết quả đó cho thấy "Môi trường sống" là nhân tố có tác động lớn trong việc quyết định thuê nhà trọ của sinh viên. Do đó để thu hút thêm sinh viên thuê nhà trọ, các nhà trọ cần đảm bảo môi trường sống lành mạnh, ổn định là nhân tố cần thiết trong cuộc sống con người nói chung và sinh viên nói riêng. Một môi trường sống thoải mái không bị ảnh hưởng bởi những ô nhiễm xung quanh, khói và bụi bẩn, giao thông an toàn tránh tắc nghẽn, nhân tố tưởng như không quan trọng nhưng góp phần lớn trong cuộc sống. Vì môi trường lành mạnh giúp con người phát triển tốt hơn, học tập và làm việc hiệu quả hơn.

### **Quan hệ xã hội**

Nhân tố "Quan hệ xã hội" có điểm trung bình là 3,7622 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát QH3 có điểm trung bình cao nhất là 3,79; biến quan sát QH2 có điểm trung bình là 3,77. Từ kết quả trên cho thấy sinh viên khi thuê nhà trọ rất quan tâm tới nhân tố "Quan hệ xã hội". Các mối quan hệ xung quanh khu trọ mình sinh sống, nó sẽ gắn bó hàng ngày với các bạn sinh viên. Chủ nhà trọ thoải mái và có quy định nhất định khiến cho sinh viên cảm thấy an toàn và luôn vui vẻ, giảm những áp lực. Để trao đổi và cải thiện những điểm tốt cùng nhau phát triển, chia sẻ và hợp tác giúp sinh viên dễ chịu hơn. Lắng nghe ý kiến của hai bên, tránh những lời nói không đáng có, từ đó việc học tập trở nên dễ dàng hơn. Xây dựng một môi trường sống vui vẻ, hòa thuận sẽ giúp nhà trọ thu hút thêm nhiều sinh viên đến thuê hơn nữa.

### **Chương trình khuyến mại**

Nhân tố "Chương trình khuyến mại" có điểm trung bình là 3,6074 được đánh giá ở mức cao. Trong đó, biến quan sát KM1 có điểm trung bình cao nhất là 3,70; biến quan sát KM2 có điểm trung bình là 3,62. Từ kết quả trên cho thấy nhân tố "Chương trình khuyến mại" cũng phần nào ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên tại TP.HCM. Khuyến mại được áp dụng rộng rãi tạo sự thu hút, cũng như lấy thêm được nhiều ý kiến từ sinh viên đối với việc cho thuê nhà trọ. Các chủ nhà trọ sử dụng nhiều chiêu thức, chương trình giảm giá, với ưu đãi rất lớn, kết hợp những dịch vụ đi kèm khiến thu hút sinh viên tin tưởng và có ấn tượng với họ. Chương trình khuyến mại góp phần lớn đến quyết định của sinh viên. Các chủ nhà trọ nên cân nhắc, đưa ra các ưu đãi phù hợp thu hút sinh viên, bên cạnh đó vẫn luôn đảm bảo tốt các dịch vụ của phòng trọ.

## **5.3 Định hướng nghiên cứu tiếp theo**

Tác giả đề xuất hướng nghiên cứu cho những nghiên cứu tiếp theo như: mở rộng phạm vi nghiên cứu cho các thành phố lớn khác ở những nơi tập trung nhiều trường đại học.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Bunce, D., & Birdi, K. (1998). The theory of reasoned action and theory of planned behaviour as a function of job control. *British Journal of Health Psychology*, 3(3), 265-275.

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ...

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). Confirmatory factor analysis. *Multivariate Data Analysis, 7th ed.*; Pearson Education, Inc.: Upper Saddle River, NJ, USA, 600-638.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (1998). Black (1998), Multivariate data analysis: Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Imelda, I., Yunisvita, Y., Bachri, F., Adnan, N., & Saadah, Y. (2018). Probability Selection of Dormitory House for Students (Similarity).
- Kauko, T. (2006). What makes a location attractive for the housing consumer? Preliminary findings from metropolitan Helsinki and Randstad Holland using the analytical hierarchy process. *Journal of Housing and the Built Environment, 21*, 159-176.
- Kauko, T. (2007). An analysis of housing location attributes in the inner city of Budapest, Hungary, using expert judgements. *International Journal of Strategic Property Management, 11*(4), 209-225.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing (15th b.). *Global Edition: Pearson Education Limited.*
- Lê, A. T., & Tô, V. L. (2019). Study the factors affecting the choice of accommodation for new students: case in Da Nang City, Vietnam. Truy cập ngày 05/12/2022, từ <https://kketoan.duytan.edu.vn/Home/ArticleDetail/vn/132/3120/bai-viet-ths.-le-anh-tuan-va-cong-su-study-the-factors-affecting-the-choice-of-accommodation-for-new-students-case-in-da-nang-city-vietnam>
- Magni, M., Pescaroli, G., & Bartolucci, A. (2019). Factors influencing university students' accommodation choices: risk perception, safety, and vulnerability. *Journal of Housing and the Built Environment, 34*(3), 791-805.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review, 50*(4), 370.
- MOET. (2020). Số liệu chung giáo dục đại học. Truy cập ngày 05/12/2022, từ <https://moet.gov.vn/thong-ke/Pages/thong-ko-giao-duc-dai-hoc.aspx?ItemID=7389>
- Nguyễn, T. K. N. (2020). Luật Bảo Vệ Môi Trường. Truy cập ngày 05/12/2022, từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Tai-nguyen-Moi-truong/Luat-so-72-2020-QH14-Bao-ve-moi-truong-2020-431147.aspx>
- Phạm, N. H. T., & Nguyễn, N. T. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phòng trọ của sinh viên ngoại tỉnh học tập ở trường Đại học Công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh. Paper presented at the Hội nghị khoa học trẻ lần 3 năm 2021 (YSC 2021).
- Schiffman, L. G., Bednall, D., & Watson, J. (1965). Kanuk. 1997. Consumer Behavior: New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Suhud, U., Allan, M., Rahayu, S., & Prihandono, D. (2022). When brand image, perceived price, and perceived quality interplay in predicting purchase intention: Developing a rhombus model. *Richtmann Publishing, 11*(1), 232-245.
- Surakhunhot, B., & Limsurapong, C. (2019). *THE FACTORS AFFECTING THE DECISION TO RENT PRIVATE DORMITORY OF NARESUAN UNIVERSITY, THAILAND*. Paper presented at the INTERNATIONAL ACADEMIC MULTIDISCIPLINARY RESEARCH CONFERENCE IN SWITZERLAND 2019.
- Thomasson, B., & Øvretveit, J. (1994). Quality of Service: Making It Really Work: London: McGraw-Hill.
- Trần, T. H. (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định thuê nhà trọ của sinh viên trường đại học Công nghệ thành phố Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ, HUTECH, TPHCM :HUTECH 2017. Truy cập từ <http://data.lib.hutech.edu.vn/Bookdetails.aspx?id=116781>
- Uyên, V. T. L., Vi, Đ. H. T., Trung, T. Đ., Chi, T. T. B., & Chung, Đ. T. K. (2021). The factors affecting the student's decision to continue to rent accommodation in Thu Duc district. *Science & Technology Development Journal-Economics-Law and Management, 5*(2), 1441-1452.
- Vi, D. H. T., Trung, T. Đ., Chi, T. T. B., Chung, Đ. T. K., & Tú, H. G. (2020). The factors affecting the choice of accommodation for students in Vietnam National University-Ho Chi Minh City. *Science & Technology Development Journal-Economics-Law and Management, 4*(4), 1154-1166.

## FACTORS AFFECTING THE STUDENTS' DECISION TO RENT A HOSTEL IN HO CHI MINH CITY

HUYNH QUANG MINH, NGUYEN THI THO

Faculty of Business Administration, Industrial University of Ho Chi Minh City

\*Corresponding author: [huynhquangminh@iuh.edu.vn](mailto:huynhquangminh@iuh.edu.vn)

**Abstract.** This study aims to help hostel business owners have a base for identifying the factors affecting students' decision to rent a hostel to have appropriate strategies to attract and satisfy the needs of students in Ho Chi Minh City (HCMC). The authors have collected 422 valid survey samples collected through direct and online survey of students in Ho Chi Minh City. The data were processed by SPSS software

including descriptive statistics, reliability test of the scale, exploratory factor analysis and testing the model's hypotheses by multiple regression method. The analysis results show that there are 8 factors affecting students' decision to rent a hostel in Ho Chi Minh City, including: perceived price, location, facilities, service quality, security, and living environment, social relations, and promotions.

**Keywords:** Deciding to rent hostel, students, perceived price, location, facilities, service quality, security, living environment, social relations, promotions.

Ngày nhận bài: 05/12/2022

Ngày chấp nhận đăng: 21/03/2023

## PHỤ LỤC

### Phụ Lục 1: Mô tả các thang đo

STT	Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
<b>1. Giá cả cảm nhận</b>			
1.	GCCN1	Giá cả của phòng trọ phù hợp với chất lượng của phòng trọ.	
2.	GCCN2	Giá điện, nước nơi tôi đang thuê là hợp lý.	(Trần, 2017)
3.	GCCN3	Giá phòng không tăng khi số người ở trong phòng tăng.	
4.	GCCN4	Chủ nhà trọ không tăng giá quá thường xuyên.	
5.	GCCN5	Mức giá chi cho phòng trọ phù hợp với số tiền hàng tháng bạn có.	(Nguyễn & cs., 2021)
6.	GCCN6	Mức giá chi cho phòng trọ phù hợp với kỳ vọng của bạn.	
<b>2. Vị trí</b>			
1.	VT1	Khoảng cách đến trường ảnh hưởng đến sự lựa chọn của tôi.	
2.	VT2	Vị trí điểm xe bus có ảnh hưởng đến có sự ảnh hưởng đến sự lựa chọn của tôi.	(Trần, 2017)
3.	VT3	Vị trí so với các dịch vụ tiện ích xung quanh như tạp hóa, ăn uống, khu mua sắm,...	
4.	VT4	Phòng trọ và cơ sở y tế gần nhau	
5.	VT5	Phòng trọ và các lớp học thêm (trung tâm anh ngữ, tin học, các lớp kỹ năng,...) bạn đang học gần nhau.	(Nguyễn & cs., 2021)
<b>3. Cơ sở vật chất</b>			
1.	VC1	Diện tích phòng của nhà trọ đang thuê đảm bảo chức năng tối thiểu cho tôi (chỗ ngủ, học,...)	(Trần, 2017)
2.	VC2	Phòng trọ được xây dựng đạt tiêu chuẩn: sạch sẽ, thoáng mát, không ẩm ướt, đủ ánh sáng.	
3.	VC3	Có công trình phụ (nhà vệ sinh, bếp,...) trong phòng trọ.	
4.	VC4	Phòng trọ có hệ thống thoát nước tốt, không bị ngập.	
5.	VC5	Kết cấu hạ tầng (trần nhà, tường, sàn nhà,...) vững chắc.	(Nguyễn & cs., 2021)
<b>4. Chất lượng dịch vụ</b>			
1.	CL1	Điện, nước, Internet ổn định, ít bị cúp.	
2.	CL2	Dễ dàng mua sắm với các cửa hàng tạp hóa.	(Trần, 2017)
3.	CL3	Các quán ăn ngon, hợp vệ sinh.	
4.	CL4	Các dịch vụ tại phòng trọ tôi đang thuê khá ổn.	
5.	CL5	Dịch vụ (thể thao, chăm sóc sắc đẹp, giặt ủi, ATM,...) đáp ứng nhu cầu của bạn.	(Nguyễn & cs., 2021)
<b>5. An ninh</b>			
1.	AN1	Cổng nhà trọ đảm bảo chắc chắn an toàn.	(Trần, 2017)

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ...

2. AN2 An ninh khu vực xung quanh nhà trọ (không mất trộm, đánh nhau, cờ bạc) tốt.
3. AN3 Các quy định về nội quy của nhà trọ (giờ giấc ra vào, người lạ đến phải đăng ký,..) hợp lý.
4. AN4 Đầy đủ phương tiện bảo vệ an toàn (bình xịt chữa cháy, cầu dao ngắt điện tự động, cầu thang thoát hiểm, camera,...) tại nhà trọ.

### 6. Môi trường sống

1. MT1 Nơi tôi ở ít xảy ra tình trạng tắc nghẽn giao thông.
2. MT2 Nơi tôi ở ít xảy ra vấn đề ô nhiễm tiếng ồn.
3. MT3 Nơi tôi ở ít xảy ra vấn đề ô nhiễm không khí.
4. MT4 Môi trường sống nơi ở đáp ứng sự kỳ vọng của tôi.

(Uyên & cs., 2021)

### 7. Quan hệ xã hội

1. QH1 Tôi và người ở cùng phòng có mối quan hệ tốt.
2. QH2 Tôi và chủ nhà trọ có mối quan hệ tốt.
3. QH3 Người thuê phòng xung quanh nơi tôi ở hòa đồng, thân thiện.

(Uyên & cs., 2021)

### 8. Chương trình khuyến mãi

1. KM1 Có chương trình giảm giá, quà tặng trong những dịp đặc biệt.
2. KM2 Thường xuyên có các chương trình khuyến mãi tiếp thị tạo niềm tin.
3. KM3 Có chính sách khuyến mãi cho những người có hoàn cảnh khó khăn.

(Surakhunthot & Limpsurapong, 2019)

### 9. Quyết định thuê nhà trọ

1. QĐTT1 Tôi quyết định tiếp tục thuê nhà trọ tại đây.
2. QĐTT2 Tôi sẽ quyết định giới thiệu nhà trọ này đến người quen (bạn bè, anh chị em) có nhu cầu thuê nhà trọ.
3. QĐTT3 Tôi đã có quyết định đúng khi thuê nhà trọ tại đây.
4. QĐTT4 Trong tương lai tôi muốn tìm nhà trọ tốt hơn hiện tại.

(Trần, 2017)