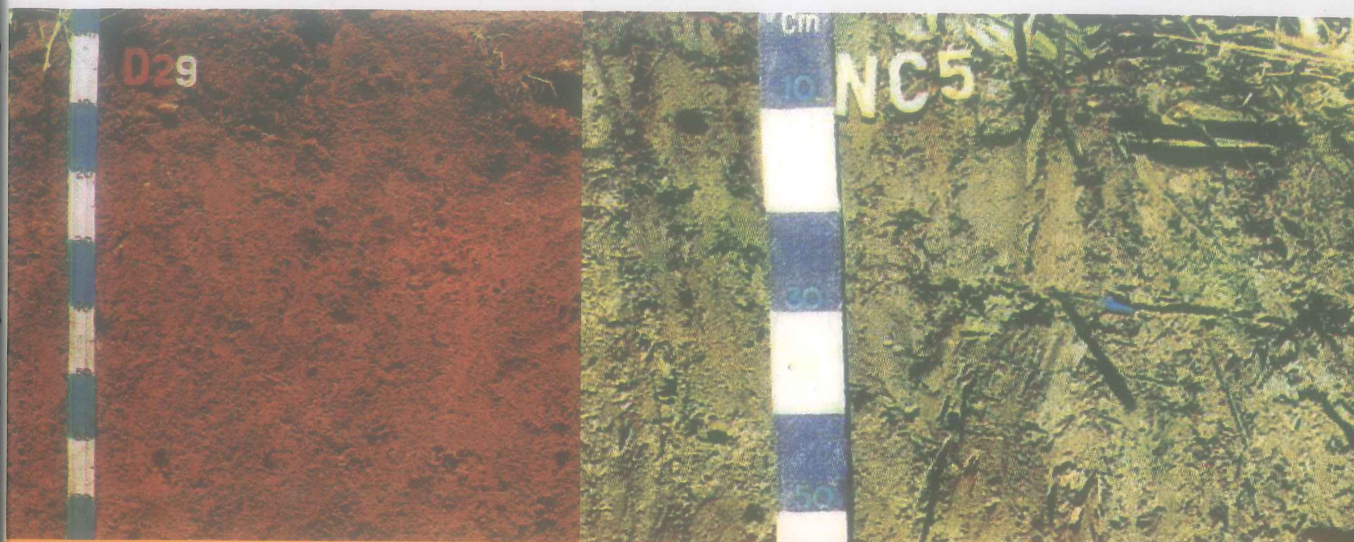




ISSN 2525-2216

LIÊN HIỆP CÁC HỘI KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT VIỆT NAM
HỘI KHOA HỌC ĐẤT VIỆT NAM



KHOA HỌC ĐẤT

VIETNAM SOIL SCIENCE

81 / 2026

TẠP CHÍ
CỦA HỘI KHOA HỌC ĐẤT VIỆT NAM

KHOA HỌC ĐẤT N^o.81/2026
TẠP CHÍ CỦA HỘI KHOA HỌC ĐẤT VIỆT NAM

MỤC LỤC

Phần thứ nhất: Dinh dưỡng đất và phân bón

- | | | | |
|----|--|---|----|
| 1. | Canh tác lúa vùng đất phèn mặn có sử dụng chế phẩm sinh học, phục vụ canh tác nông nghiệp bền vững vùng Đồng Tháp Mười | Nguyễn Hùng Cường
Ngô Huy Kiên
Hoàng Công Mạnh
Phùng Ngọc Trường | 7 |
| 2. | Tối ưu hoá thành phần dinh dưỡng môi trường lên men chìm nhân sinh khối chủng <i>Priestia megaterium</i> DN13-B03 | Nguyễn Thu Hà
Nguyễn Viết Hiệp
Đặng Thương Thảo | 14 |

Phần thứ hai: Môi trường đất

- | | | | |
|----|---|--|----|
| 3. | Xác định tiềm năng cải thiện carbon đất bằng than sinh học | Mai Văn Trịnh | 20 |
| 4. | Tiềm năng tuần hoàn, giảm phát thải các phụ phẩm từ quá trình sản xuất và chế biến khóm (dứa) | Nguyễn Minh Thủy
Trần Ngọc Giàu
Hong Văn Háo
Võ Quang Minh | 26 |
| 5. | Đánh giá thời gian bảo quản chế phẩm vi sinh từ phụ phẩm nông nghiệp chứa vi khuẩn quang dưỡng không lưu huỳnh màu tía | Mai Chí Bảo
Trần Chí Nhân
Nguyễn Đức Trọng
Nguyễn Quốc Khương | 31 |
| 6. | Đặc điểm phân bố của Ni và một số nguyên tố chính (Fe, Al, Si, Mg, Ca, Na, K, Mn) trong đất khu vực Núi Nưa, tỉnh Thanh Hóa | Phạm Thanh Đăng
Hoàng Thị Huyền Ngọc
Nguyễn Mạnh Hà
Phạm Thị Dung | 36 |

Phần thứ ba: Đánh giá đất - Quản lý đất - Quy hoạch sử dụng đất

- | | | | |
|----|---|--|----|
| 7. | Áp dụng các chỉ số SQL, SFI và SNI trong đánh giá chất lượng và sức khỏe đất | Võ Quang Minh
Phạm Thanh Vũ
Lê Cảnh Định
Nguyễn Thị Diệu Thê
Phạm Cẩm Đang
Ngô Thị Vân Anh
Thái Văn Nghiệm | 43 |
| 8. | Đánh giá hiệu quả một số loại sử dụng đất trồng cà phê vùng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk | Phạm Thế Trịnh
Bùi Thị Minh Tuyết
Phan Xuân Lĩnh | 51 |

9.	Đánh giá đất đai và đề xuất chuyển đổi cơ cấu sử dụng đất sản xuất nông nghiệp khu vực Hàm Thuận Bắc tỉnh Lâm Đồng	Trần Nguyễn Hoài Thương Phạm Quang Khánh Nguyễn Ngọc Thy	57
10.	Đánh giá thích hợp đất đai phục vụ phát triển bền vững cây ăn quả và cây dược liệu tỉnh Lạng Sơn	Nguyễn Mạnh Hà	64
11.	Thực trạng sử dụng đất trồng lúa hữu cơ tại xã Vĩnh Định và xã Hải Lăng, tỉnh Quảng Trị	Trần Thị Ánh Tuyết Nguyễn Hữu Ngữ Dương Quốc Nỗn Nguyễn Đình Tiến Phạm Thị Thảo Hiền	72
12.	Phân cấp thích nghi đất đai cho cây quýt và cây mít tỉnh Đồng Tháp	Nguyễn Cẩm Tiên Nguyễn Trần Thanh Trúc Đoàn Văn Sê Ra Võ Quang Minh Lê Cảnh Định Lê Đăng Long Phạm Cẩm Đang	79
13.	Đánh giá hiệu quả sử dụng đất sản xuất nông nghiệp khu vực phía Đông tỉnh Đắk Lắk (tỉnh Phú Yên cũ)	Nguyễn Đình Thông Lương Đức Toàn Trần Sỹ Hải	86
14.	Hiệu quả kinh tế loại hình sử dụng đất sản xuất nông nghiệp tại khu vực miền núi phía Tây thành phố Huế	Nguyễn Phúc Khoa Nguyễn Hữu Ngữ Lê Đình Huy Trần Trọng Tấn	92
15.	Kết quả phân loại đất theo phương pháp định lượng của FAO-UNESCO-WRB ở xã Hoàng Hóa, tỉnh Thanh Hóa	Luyện Hữu Cử Lê Thái Bạt	98
16.	Đánh giá thực trạng chuyển nhượng quyền sử dụng đất của hộ gia đình, cá nhân tại một số xã thuộc tỉnh Lâm Đồng	Trần Thanh Đức Hoàng Văn Tùng Nguyễn Phúc Khoa Nguyễn Thùy Phương Trương Thị Diệu Hạnh	104
17.	Ứng dụng ảnh Sentinel-2 và thuật toán Random forest trong phân loại hiện trạng sử dụng đất các xã vùng hồ thủy điện Thác Bà	Trần Thị Ngọc Hà Kiều Quốc Lập Mai Xuân Thiện Nguyễn Thành Long	109
18.	Phân tích các yếu tố tác động đến hoạt động thế chấp quyền sử dụng đất tại phường Quyết Thắng, tỉnh Thái Nguyên	Nguyễn Quang Thi	114
19.	Thực trạng công tác thu hồi đất tại dự án khu đô thị ven vịnh Cam Ranh, tỉnh Khánh Hòa	Nguyễn Thị Hồng Hạnh Đỗ Thái Minh	123

57	20. Nghiên cứu danh tiếng và đặc thù hình thái, chất lượng của sản phẩm cà phê Mường Ảng tỉnh Điện Biên phục vụ đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý	Nguyễn Văn Hồng Trần Thị Huế Vũ Anh Dũng	130
64	21. Đánh giá tiềm năng kinh tế của tín chỉ carbon từ rừng thông miền Trung Việt Nam trong bối cảnh thị trường carbon quốc tế và mục tiêu Net Zero	Nguyễn Ngọc Nghĩa Đinh Việt Hưng	136
72	22. Nghiên cứu một số yếu tố ảnh hưởng đến tặng cho quyền sử dụng đất tại phường Phan Đình Phùng, tỉnh Thái Nguyên	Nguyễn Duy Lâm Vũ Thị Thanh Thủy	140
79	23. Phân tích tác động của các yếu tố đến quyết định mua nhà ở thương mại tại phường Hải Dương, thành phố Hải Phòng	Nguyễn Đình Trung Thái Huy Hoàng	148
	24. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ môi giới bất động sản tại xã Gia Lâm, thành phố Hà Nội	Nguyễn Văn Quân Nguyễn Thị Kim Yến Lê Trung Hiếu Nguyễn Thị Thúy Ngân	154
86	25. Nghiên cứu một số yếu tố tác động của giải phóng mặt bằng đến đời sống của người bị thu hồi đất tại phường Phổ Yên, tỉnh Thái Nguyên	Nguyễn Trung Hiếu Vũ Thị Thanh Thủy	160
92	26. Đánh giá tính sẵn sàng tham gia phân loại chất thải rắn sinh hoạt tại hộ gia đình - Trường hợp nghiên cứu ở thành phố Cần Thơ	Trương Hoàng Đan Trần Thị Yến Khoa	168

Phần thứ tư: Thông tin

98	Quy định, thể lệ viết, gửi bài cho Tạp chí Khoa học Đất	BBT	175
----	---	-----	-----

104

109

114

123

ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ MÔI GIỚI BẤT ĐỘNG SẢN TẠI XÃ GIA LÂM, THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Văn Quân¹, Nguyễn Thị Kim Yến^{2*}
Lê Trung Hiếu¹, Nguyễn Thị Thúy Ngân¹

TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ môi giới bất động sản (DVMGBDS) trên địa bàn xã Gia Lâm, Tp. Hà Nội. Số liệu của nghiên cứu được thu thập từ 130 khách hàng đã từng sử dụng DVMGBDS trên địa bàn xã. Dựa vào các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng tiến hành phân tích các nội dung bao gồm: Kiểm định thang đo, phân tích nhân tố khám phá (EFA), mô hình hồi quy tuyến tính. Kết quả nghiên cứu đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVMGBDS là mức độ đáp ứng, độ tin cậy, phương tiện hữu hình và sự bảo đảm. Trong đó, yếu tố mức độ đáp ứng có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng.

Từ khóa: mức độ hài lòng, dịch vụ môi giới bất động sản, Gia Lâm.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Dưới sự tác động của đô thị hóa đang diễn ra nhanh chóng tại Việt Nam, đặc biệt là các đô thị lớn như thủ đô Hà Nội, nhu cầu giao dịch bất động sản ngày càng gia tăng. Xã Gia Lâm, Thành phố Hà Nội, đang chứng kiến sự xuất hiện của nhiều khu đô thị mới đã và đang thu hút hàng vạn người đến sinh sống trong những năm gần đây. Một số lượng đáng kể các sản phẩm giao dịch bất động sản và các cá nhân hoạt động trong lĩnh vực môi giới mua bán bất động sản đang tham gia vào các dự án bất động sản trên địa bàn xã. Tuy nhiên, bên cạnh sự phát triển nhanh chóng về mặt số lượng, chất lượng của các dịch vụ môi giới hiện tại vẫn còn nhiều hạn chế, điều này gây ra sự không hài lòng từ phía một số khách hàng đối với dịch vụ môi giới bất động sản (DVMGBDS). Từ thực tế nêu trên, chúng tôi đề xuất vấn đề nghiên cứu: “Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ môi giới bất động sản trên địa bàn xã Gia Lâm, Thành phố Hà Nội” để làm

cơ sở xây dựng chiến lược nâng cao chất lượng DVMGBDS.

Trên cơ sở tham khảo các tài liệu nghiên cứu và quá trình tham vấn của 30 chuyên gia, mô hình xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với DVMGBDS được thiết lập như sau:

Sự hài lòng (CN) = f (TC, DU, BD, CT, HH)

Trong đó: Sự hài lòng (CN là biến phụ thuộc) và Mức độ tin cậy (TC), Mức độ đáp ứng (DU), Mức độ bảo đảm (BD), Sự cảm thông (CT) và phương tiện hữu hình (HH) là các biến độc lập.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng bao gồm phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng.

2.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

Được tiến hành bằng cách tham vấn 30 chuyên gia xác định được 5 nhóm yếu tố với 22 tiêu chí được cho là ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng, từ đây đưa ra mô hình nghiên cứu và các thang đo. Nghiên cứu định lượng được tiến hành qua việc sử dụng thang đo likert (5 mức độ) để tiến hành đo lường giá trị của các biến quan sát được lựa chọn để tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA).

¹ Học viện Nông nghiệp Việt Nam

² Nhóm nghiên cứu Quản lý đất đai và Công nghệ địa chính phục vụ phát triển bền vững (MTS), Trường Đại học Mở - Địa chất

* Email: nguyenthikimyen@humg.edu.vn;

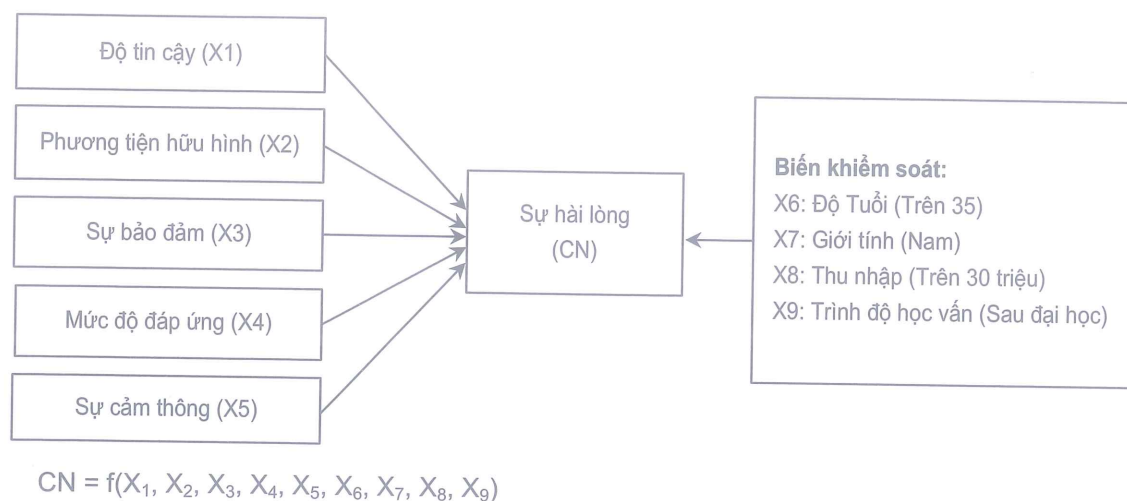
ĐT: 0912 035 058

2.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVMGBĐS gồm 3 bước: (1) Kiểm định thang đo; (2) Phân tích nhân tố khám phá (EFA); (3) Phân tích hồi quy tuyến tính.

Số liệu của nghiên cứu được thu thập bằng các mẫu câu hỏi phỏng vấn online. Theo Hair & ctg. (2006), kích thước mẫu tối thiểu để

sử dụng EFA là 50, tốt hơn 100 và tỷ lệ số quan sát/biến đo lường là 5:1. Cụ thể, trong mô hình nghiên cứu được đề xuất có 22 biến quan sát. Do đó, số mẫu tối thiểu của nghiên cứu là: $22 \times 5 = 110$ mẫu. Thực tế nghiên cứu đã được tiến hành điều tra 130 khách hàng, trong khoảng thời gian 3/2024 đến 4/2024. Như vậy, số liệu được thu thập đảm bảo thực hiện tốt cho mô hình nghiên cứu.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu được đề xuất

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Để kiểm định mô hình nghiên cứu và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVMGBĐS, nhóm nghiên cứu tiến hành sử dụng phần mềm nghiên cứu SPSS 20 để phân tích. Kết quả nghiên cứu mô hình như sau:

3.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo (kiểm định Cronbach Alpha)

Kiểm định độ tin cậy của thang đo mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVMGBĐS đối với 22 biến thuộc 5 yếu tố. Hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 chứng tỏ thang đo này đủ điều kiện về độ tin cậy để thực hiện nghiên cứu (theo Nunnally Bernstein, 1994). Xét thấy hệ số tương quan nhân tố có giá trị > 0.3 do vậy 22 biến quan sát đều có ý nghĩa, giải thích tốt cho các nhân tố.

Bảng 1. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Mã hóa	Nội dung	Tương quan nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha nếu nhân tố bị loại
(DU) Đáp ứng: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.776			
DU1	Luôn sẵn sàng phục vụ	0.536	0.744
DU2	Khả năng xử lý các vấn đề phát sinh nhanh chóng	0.626	0.697
DU3	Đáp ứng đúng yêu cầu của khách hàng	0.601	0.711
DU4	Nguồn hàng đa dạng	0.555	0.735

Mã hóa	Nội dung	Tương quan nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha nếu nhân tố bị loại
(TC) Tin cậy: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.853			
TC1	Phí giao dịch hợp lý	0.705	0.812
TC2	Cung cấp thông tin đáng tin cậy	0.716	0.809
TC3	Công ty luôn thực hiện cam kết với khách hàng	0.686	0.817
TC4	Bảo mật thông tin khách hàng tốt	0.619	0.834
TC5	Cung cấp dịch vụ đúng hạn.	0.599	0.839
(CT) Cảm thông: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.794			
CT1	Có sự đồng cảm với khách hàng	0.661	0.701
CT2	Quan tâm đến khách hàng	0.691	0.662
CT3	Hiểu biết về khách hàng	0.577	0.782
(HH) Hữu hình: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.835			
HH1	Môi trường làm việc thỏa mái cho khách hàng	0.698	0.783
HH2	Nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu khách hàng	0.562	0.820
HH3	Cơ sở vật chất đáp ứng yêu cầu của khách hàng	0.721	0.775
HH4	Tính pháp lý của công ty môi giới	0.663	0.793
HH5	Tài liệu truyền thông phù hợp với khách hàng	0.536	0.827
(BD) Bảo đảm: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.856			
BD1	Dịch vụ môi giới chuyên nghiệp	0.778	0.796
BD2	Nhân viên môi giới có thái độ tốt	0.752	0.805
BD3	Nhân viên có kiến thức chuyên môn cao	0.709	0.817
BD4	Nhân viên nắm bắt giá cả thị trường	0.731	0.809
BD5	Nhân viên có kỹ năng giao tiếp tốt	0.397	0.887
(Biến phụ thuộc CN) Sự hài lòng: Hệ số Cronbach's Alpha là 0.852			
CN1	Tôi cảm thấy thoải mái và yên tâm khi sử dụng dịch vụ MGBĐS	0.716	0.799
CN2	Tôi sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ MGBĐS	0.717	0.797
CN3	Tôi sẽ giới thiệu bạn bè và người thân sử dụng dịch vụ MGBĐS	0.733	0.783

3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá vòng 1 cho thấy biến BD5 không hội tụ trong nhóm BD, mà hội tụ nhóm CT, chúng tôi chuyển BD5 vào nhóm CT, đặt lại tên CT4 (nhân viên có kỹ năng giao tiếp tốt) và chạy lại lần 2. Kết quả

lần 2 với các kiểm định được đảm bảo như sau: Độ tin cậy của các biến quan sát > 0.5 ; Kiểm định tính thích hợp của mô hình KMO = 0,88 (thuộc khoảng từ 0.5 đến 1); Kiểm định Bartlett về tương quan giữa các biến quan sát Sig = 0.00 < 0.05 ; Kiểm định phương sai cộng dồn = 66.64% $> 50\%$.

Bảng 2. Ma trận nhân tố sau khi xoay

Các biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
(DU1) Luôn sẵn sàng phục vụ				.648	
(DU2) Khả năng xử lý các vấn đề phát sinh nhanh chóng				.771	
(DU3) Đáp ứng đúng yêu cầu của khách hàng				.748	
(DU4) Nguồn hàng đa dạng				.798	
(TC1) Phí giao dịch hợp lý	.709				
(TC2) Cung cấp thông tin đáng tin cậy	.757				
(TC3) Công ty luôn thực hiện cam kết với khách hàng	.781				
(TC4) Bảo mật thông tin khách hàng tốt	.694				
(TC5) Cung cấp dịch vụ đúng hạn	.653				
(HH1) Môi trường làm việc thỏa mái cho khách hàng		.680			
(HH2) Nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu khách hàng		.611			
(HH3) Cơ sở vật chất đáp ứng yêu cầu của khách hàng		.790			
(HH4) Tính pháp lý của công ty môi giới		.681			
(HH5) Tài liệu truyền thông phù hợp với khách hàng		.663			
(BD1) Dịch vụ môi giới chuyên nghiệp			.755		
(BD2) Nhân viên môi giới có thái độ tốt			.851		
(BD3) Nhân viên có kiến thức chuyên môn cao			.819		
(BD4) Nhân viên nắm bắt giá cả thị trường			.687		
(CT1) Có sự đồng cảm với khách hàng					.633
(CT2) Quan tâm đến khách hàng					.718
(CT3) Hiểu biết về khách hàng					.773
(CT4) Kỹ năng giao tiếp tốt					.608

Kết quả thu được 5 nhóm yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng, lần lượt là: độ tin cậy (X1), phương tiện hữu hình (X2), sự bảo đảm (X3), mức độ đáp ứng (X4), sự cảm thông (X5).

3.3. Phân tích hồi quy tuyến tính

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành phân tích mô hình hồi quy, trong đó các biến độc lập X1, X2, X3, X4, X5 và sử dụng thêm các biến X6, X7, X8, X9 ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng (biến phụ thuộc là Cảm nhận của khách hàng).

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Nhân tố	Hệ số Beta	Hệ số Beta chuẩn hóa	VIF
Hằng số α	0.040		
X1: Độ tin cậy	0.312 (0.00)	0,283	1.712
X2: Phương tiện hữu hình	0.145 (0.11)	0,132	1.970
X3: Sự bảo đảm	0.161 (0.04)	0,161	1.772
X4: Mức độ đáp ứng	0.406 (0.00)	0,346	1.239
X5: Sự cảm thông	-0.092 (0.34)	-0,083	2.134
X6: Trên 35 tuổi	0.266 (0.14)	0,131	2.299
X7: Nam	-0.332 (-0.00)	-0,162	1.076
X8: Trên 30 triệu	-0.338 (-0.12)	-0,096	1.112
X9: Sau đại học	0.262 (0.12)	0,128	1.970
R ² điều chỉnh		55.6%	
Hệ số Sig.F		0.000	

Kết quả phân tích hồi quy của mô hình cho thấy, hệ số $R^2 = 55,6\%$. Hệ số Durbin - Watson của mô hình thuộc khoảng từ 1.5 đến 2.5 nên không xảy ra hiện tượng tự tương quan (Yahua Qiao, 2011). Độ phóng đại phương sai (VIF) của các biến trong mô hình nhỏ 10 nên ta kết luận mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến (Mai, 2008).

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy mô hình cho thấy với độ tin cậy 90% các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng từ lớn đến nhỏ lần lượt là: mức độ đáp ứng, độ tin cậy, mức độ bảo đảm, phương tiện hữu hình, yếu tố cảm thông không ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng của khách hàng khi sử dụng DVMGBĐS.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa của mô hình là:

$$CN = 0.346*DU + 0.283*TC + 0.161*BD + 0.132*HH$$

Dựa trên kết quả phân tích của mô hình hồi quy cho thấy với độ tin cậy 90% có sự khác nhau về sự hài lòng giữa nam và nữ khi sử dụng dịch vụ môi giới bất động sản. Các khách hàng nữ khi sử dụng DVMGBĐS có mức hài lòng cao hơn các khách hàng nam. Kết quả không khẳng định được sự khác nhau khi sử dụng DVMGBĐS giữa những người có thu nhập khác nhau, trình độ học vấn và độ tuổi khác nhau.

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đặt ra là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng DVMGBDS trên địa bàn xã Gia Lâm, Thành phố Hà Nội. Kết quả đã chỉ ra các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng lần lượt là: mức độ đáp ứng, độ tin cậy, mức độ bảo

đảm, phương tiện hữu hình, giới tính khách hàng. Nhân tố có sức ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng là mức độ đáp ứng. Đây là cơ sở để các nhà quản lý, kinh doanh, lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng chiến lược nâng cao chất lượng dịch vụ, làm thỏa mãn sự kỳ vọng của khách hàng khi sử dụng DVMGBDS.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research". Journal of Marketing, Vol. 49: 41-50".
2. Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988). "Servqual: A Multi - Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality". Journal of Retailing, Vol 64, No 1.
3. Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991). "Refinement and reassessment of Servqual scale". Journal of Retailing, Vol.67: 420-50.
4. Nguyễn Quốc Nghi, Nguyễn Thị Bảo Châu, Trần Thị Diễm Cẩn, Nguyễn Thị Đình Phương (2012). "Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tư vấn - môi giới bất động sản" Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở TP.HCM-số 7.
5. Phạm Lộc (2016). "Hướng dẫn sử dụng SPSS 20 - Áp dụng làm luận văn tốt nghiệp, luận văn cao học". NXB. Đại học Quốc gia.

SUMMARY

Factors affecting customer satisfaction with brokerage services in Gia Lam, Hanoi

Nguyen Van Quan¹, Nguyen Thi Kim Yen²
Le Trung Hieu¹, Nguyen Thi Thuy Ngan¹

¹ Vietnam National University of Agriculture

² Land Management and Cadastral Technology for Sustainable Development Research Group (MTS),
Hanoi University of Mining and Geology

The research objective of the study is to identify the factors influencing the satisfaction of customers using real estate brokerage services in Gia Lam Commune, Hanoi. Data for the study was collected from 130 customers who have used real estate brokerage services in the district. The research methods employed include scale validation: exploratory factor analysis (EFA), and linear regression modeling. The research results have identified the factors influencing customer satisfaction when using real estate brokerage services as responsiveness, reliability, tangibles, and assurance. Among these, the responsiveness factor has the strongest impact on customer satisfaction

Keywords: satisfaction level, real estate brokerage services, Gia Lam.

Người phản biện: TS. Nguyễn Đình Bồng

Email: ndbong1947@gmail.com

Ngày nhận bài: 17/12/2025

Ngày thông qua phản biện: 28/01/2026

Ngày duyệt đăng: 30/01/2026