

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LƯU TRÚ HOMESTAY TẠI PHƯỜNG SA PA TỪ GÓC NHÌN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VÀ GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP

Trịnh Khánh Linh, Nguyễn Thị Thuý
Khoa Kinh tế - Du lịch, Phân hiệu ĐHTN tại tỉnh Lào Cai
Email: linhhtk@tnu.edu.vn, thuynt.phlc@tnu.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu phân tích tác động của năm thành phần chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của du khách lưu trú homestay tại phường Sa Pa, tỉnh Lào Cai, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của trải nghiệm khách hàng. Sử dụng phương pháp định lượng và kỹ thuật mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM) trên phần mềm SmartPLS, dữ liệu được đánh giá qua 32 biến quan sát đạt chuẩn về độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Kết quả kiểm định khẳng định cả năm thành phần chất lượng dịch vụ đều tác động tích cực đến Trải nghiệm khách hàng, trong đó Khả năng đáp ứng có ảnh hưởng mạnh nhất. Trải nghiệm khách hàng có tác động trực tiếp mạnh nhất đến Sự hài lòng và đóng vai trò trung gian chuyển hóa chất lượng dịch vụ thành sự hài lòng của du khách. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các gia chủ homestay ưu tiên nâng cao năng lực phản hồi linh hoạt, đảm bảo tính minh bạch và đẩy mạnh khai thác trải nghiệm văn hóa bản địa đặc sắc tại Sa Pa.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, Homestay, PLS-SEM, Sa Pa, Sự hài lòng, Trải nghiệm khách hàng.

ENHANCING THE QUALITY OF HOMESTAY ACCOMMODATION SERVICES IN SA PA WARD: PERSPECTIVES ON CUSTOMER SATISFACTION AND VOCATIONAL EDUCATION

Abstract: This study analyzes the impact of five service quality dimensions on the satisfaction of tourists staying in homestays in Sa Pa Ward, Lao Cai Province, while also examining the mediating role of customer experience. Employing a quantitative approach and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS software, the data were evaluated using 32 observed variables that met standards for reliability, convergent validity, and discriminant validity. The results confirm that all five service quality dimensions positively influence customer experience, with “Responsiveness” exerting the strongest impact. Customer experience has the strongest direct effect on satisfaction and acts as a mediator translating service quality into tourist satisfaction. Consequently, the study recommends that homestay owners prioritize enhancing flexible responsiveness, ensuring transparency, and leveraging unique local cultural experiences in Sa Pa.

Keywords: Service quality, Homestay, PLS-SEM, Sa Pa, Satisfaction, Customer experience.

Nhận bài: 05/09/2026

Phản biện: 05/10/2026

Duyệt đăng: 09/10/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh du lịch trải nghiệm ngày càng phát triển, homestay trở thành loại hình lưu trú có vai trò quan trọng trong việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch và kết nối du khách với văn hóa cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ homestay chịu ảnh hưởng đồng thời của các yếu tố hữu hình, khả năng đáp ứng, độ tin cậy và sự tương tác giữa chủ cơ sở với khách hàng. Mặc dù sự hài lòng của khách hàng đã được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực lưu trú, các nghiên cứu chuyên sâu về homestay tại những điểm đến miền núi, nơi trải nghiệm văn hóa bản địa có vai trò nổi bật, vẫn cần được tiếp tục bổ sung, đặc biệt về cơ chế tác động của trải nghiệm khách hàng.

Phường Sa Pa, tỉnh Lào Cai là điểm đến du lịch nổi bật với cảnh quan thiên nhiên và bản sắc văn hóa đa dạng của các dân tộc H'Mông, Dao, Tày, Giáy. Sự phát triển của hệ thống homestay góp phần tạo sinh kế cho cộng đồng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nhưng cũng đặt ra yêu cầu nâng

cao chất lượng dịch vụ, tính chuyên nghiệp và bảo tồn giá trị văn hóa địa phương. Vì vậy, nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng và vai trò của trải nghiệm khách hàng có ý nghĩa cả về lý luận lẫn thực tiễn.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu nhằm phân tích tác động của các thành phần chất lượng dịch vụ đến trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ lưu trú homestay tại phường Sa Pa, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của trải nghiệm khách hàng. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu sơ cấp và thứ cấp thu thập trong giai đoạn 2025–2026, từ đó đề xuất các hàm ý quản trị góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của du khách và thúc đẩy phát triển du lịch bền vững tại địa phương.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

2.1.1. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu kết hợp trắc lượng thư mục (bibliometric analysis) và tổng quan tài liệu có

hệ thống trên cơ sở dữ liệu Scopus và Web of Science. Từ 214 bản ghi ban đầu, 169 tài liệu đáp ứng tiêu chí được phân tích bằng VOSviewer, xác định ba nhóm chủ đề chính: du lịch cộng đồng và bền vững; chất lượng dịch vụ, homestay và sự hài lòng; đặc điểm, hành vi khách hàng và phương pháp nghiên cứu. Xu hướng nghiên cứu gần đây tập trung nhiều hơn vào chất lượng dịch vụ, trải nghiệm và ý định hành vi. Tuy nhiên, phân tích thư mục chỉ phản ánh cấu trúc chủ đề, chưa xác lập quan hệ nhân quả.

Về lý thuyết, Oliver (1980) xem sự hài lòng là kết quả so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế; Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất mô hình SERVQUAL gồm năm thành phần chất lượng dịch vụ; Cronin và Taylor (1992) làm rõ mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng. Trong lĩnh vực lưu trú, các nghiên cứu tiếp tục nhấn mạnh vai trò của cơ sở vật chất, thái độ phục vụ, tương tác xã hội và trải nghiệm văn hóa. Đối với homestay, sự hài lòng không chỉ phụ thuộc vào chất lượng lưu trú mà còn được hình thành từ trải nghiệm trong môi trường văn hóa bản địa.

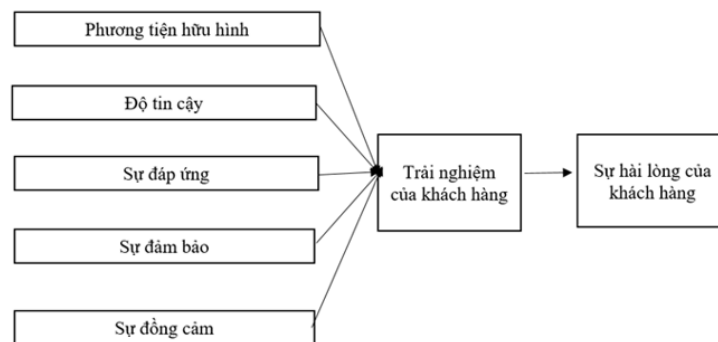
Tại Việt Nam, các nghiên cứu về homestay và du lịch cộng đồng đã đề cập đến chất lượng phục vụ, cơ sở vật chất, vệ sinh môi trường, trải nghiệm văn hóa và sự tham gia của cộng đồng. Tuy nhiên, các nghiên cứu chuyên sâu về sự hài lòng của khách hàng tại homestay Sa Pa, đặc biệt là vai trò

trung gian của trải nghiệm khách hàng trong mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng, vẫn cần được bổ sung. Đây là cơ sở để nghiên cứu xây dựng mô hình và kiểm định các mối quan hệ trong bối cảnh lưu trú homestay tại phường Sa Pa.

2.1.2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

Dịch vụ lưu trú homestay là loại hình kết hợp nhu cầu nghỉ ngơi với trải nghiệm văn hóa và tương tác cộng đồng, trong đó giá trị dịch vụ được hình thành từ điều kiện lưu trú, chất lượng phục vụ và không gian điểm đến (Mura, 2015). Kế thừa mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988), chất lượng dịch vụ được tiếp cận qua năm thành phần: phương tiện hữu hình (HH), độ tin cậy (TC), khả năng đáp ứng (DU), sự đảm bảo (DB) và sự đồng cảm (DC). Trải nghiệm khách hàng là tổng hợp nhận thức và cảm xúc trong quá trình sử dụng dịch vụ (Pine & Gilmore, 1998), còn sự hài lòng phản ánh đánh giá của khách hàng dựa trên so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế (Oliver, 1980).

Trên cơ sở kết hợp các lý thuyết này, nghiên cứu đề xuất mô hình gồm năm thành phần chất lượng dịch vụ là biến giải thích, trải nghiệm khách hàng (TN) là biến trung gian và sự hài lòng (HL) là biến kết quả. Mô hình nhằm kiểm định tác động của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng, đồng thời làm rõ vai trò trung gian của trải nghiệm khách hàng đối với dịch vụ lưu trú homestay tại phường Sa Pa.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu chính thức

Phương tiện hữu hình (HH): Phản ánh cơ sở vật chất, trang thiết bị, không gian lưu trú và cảnh quan xung quanh (HH1–HH5).

Độ tin cậy (TC): Thể hiện khả năng cung cấp dịch vụ chính xác, quán triệt và kết nối chính xác (TC1–TC5).

Giải pháp đáp ứng (DU): Hỗ trợ sẵn có ở chế độ sẵn sàng và giải quyết nhu cầu của khách hàng (DU1 – DU5).

Sự đảm bảo (DB): Thể hiện chuyên môn, thái

độ phục vụ và khả năng tạo niềm tin, sự an toàn cho khách hàng (DB1–DB5).

Sự đồng cảm (DC): Giải pháp ánh sáng quan tâm, nuôi dưỡng hiểu biết và chăm sóc cá nhân hóa, đặc biệt trong môi trường lưu trú homestay (DC1–DC5).

Khách hàng trải nghiệm hàng (TN): Là biến trung gian, phản ánh ánh sáng cảm nhận và cảm xúc của khách trong quá trình lưu trú, bao gồm tương tác dịch vụ, văn hóa địa phương và môi trường tự nhiên (TN1–TN7).

Sự hài lòng của khách hàng (HL): Là biến phụ thuộc, phản ánh mức độ hài lòng dựa trên so sánh giữa kỳ vọng và trải nghiệm thực tế (HL1–HL5).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng. Dữ liệu thứ cấp được tổng hợp từ các công trình khoa học liên quan; dữ liệu sơ cấp thu thập qua phỏng vấn sâu và khảo sát khách lưu trú homestay tại phường Sa Pa. Dữ liệu được phân tích bằng SmartPLS với phương pháp PLS-SEM. Nghiên cứu đánh giá độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt của thang đo; đồng thời kiểm định mô hình cấu trúc, các tác động trực tiếp, gián tiếp và vai trò trung gian của trải nghiệm khách hàng bằng Bootstrapping 5.000 lần lặp, với mức ý nghĩa 5%.

2.3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.3.1. Đánh giá mô hình đo lường

Mô hình đo lường được đánh giá thông qua độ tin cậy thang đo, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Kết quả phân tích sơ bộ cho thấy năm biến quan sát gồm DB1, DU5, HH3, TC4 và TN3 có hệ số tải ngoài lần lượt là 0,500; 0,409; 0,503; 0,426 và 0,411, thấp hơn ngưỡng khuyến nghị 0,70. Các biến này được loại bỏ, sau đó mô hình được ước lượng lại với 32 biến quan sát.

Kết quả cho thấy hệ số tải ngoài của các biến còn lại dao động từ 0,725 đến 0,817. Hệ số Cronbach's Alpha của bảy thang đo nằm trong khoảng 0,783–0,844; độ tin cậy tổng hợp (ρ_c) đạt 0,860–0,885; phương sai trích trung bình (AVE) dao động từ 0,563 đến 0,641. Các chỉ số đều đáp ứng ngưỡng đánh giá thông dụng, cho thấy thang đo đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ.

Giá trị phân biệt tiếp tục được kiểm định bằng

tiêu chuẩn Fornell–Larcker và tỷ lệ HTMT. Kết quả cho thấy căn bậc hai AVE của mỗi khái niệm lớn hơn các hệ số tương quan tương ứng; đồng thời, tất cả hệ số HTMT đều nhỏ hơn 0,85, với giá trị cao nhất là 0,744 giữa Trải nghiệm khách hàng (TN) và Sự đáp ứng (DU). Như vậy, mô hình đo lường đáp ứng các yêu cầu cơ bản về độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, đủ điều kiện để tiếp tục đánh giá mô hình cấu trúc.

2.3.2. Đánh giá mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Đa cộng tuyến, khả năng giải thích và dự báo của mô hình

Kết quả kiểm định cho thấy các hệ số VIF của các biến độc lập trong mô hình giải thích Trải nghiệm khách hàng dao động từ 1,256 đến 1,337, thấp hơn ngưỡng 3,0. Do đó, chưa có bằng chứng về hiện tượng đa cộng tuyến đáng kể giữa các biến giải thích.

Hệ số xác định R^2 của Trải nghiệm khách hàng đạt 0,607 (R^2 hiệu chỉnh = 0,600), cho thấy năm thành phần chất lượng dịch vụ giải thích được 60,7% sự biến thiên của trải nghiệm. Đối với Sự hài lòng, R^2 đạt 0,355 (R^2 hiệu chỉnh = 0,353), phản ánh mức độ giải thích của mô hình đối với biến kết quả này.

Bên cạnh đó, kết quả PLSpredict cho thấy các chỉ báo của biến nội sinh có Q^2 - predict lớn hơn 0; 10/11 chỉ báo có sai số RMSE thấp hơn mô hình tuyến tính chuẩn. Những kết quả này cung cấp bằng chứng tích cực về khả năng dự báo ngoài mẫu của mô hình, mặc dù mức độ dự báo tổng thể cần được diễn giải trong mối liên hệ với thiết lập và tiêu chí đánh giá cụ thể.

Kiểm định các tác động trực tiếp

Bảng 1. Kết quả kiểm định các mối quan hệ trực tiếp

Giả thuyết	Mối quan hệ	β	T	p-value	Khoảng tin cậy 95%
H1	HH $\rightarrow$ TN	0,169	4,246	< 0,001	[0,090; 0,248]
H2	TC $\rightarrow$ TN	0,261	6,403	< 0,001	[0,179; 0,339]
H3	DU $\rightarrow$ TN	0,332	6,994	< 0,001	[0,237; 0,422]
H4	DB $\rightarrow$ TN	0,238	5,213	< 0,001	[0,147; 0,326]
H5	DC $\rightarrow$ TN	0,110	2,563	0,010	[0,026; 0,195]

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu trên SmartPLS.

Kết quả Bootstrapping cho thấy cả sáu mối quan hệ trực tiếp đều có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, với các khoảng tin cậy 95% không chứa giá trị 0. Do đó, các giả thuyết H1–H6 được chấp nhận.

Trong năm thành phần chất lượng dịch vụ, Sự đáp ứng (DU) có tác động mạnh nhất đến Trải nghiệm khách hàng ($\beta = 0,332$; $p < 0,001$), tiếp theo là Độ tin cậy (TC; $\beta = 0,261$), Sự đảm bảo

(DB; $\beta = 0,238$), Phương tiện hữu hình (HH; $\beta = 0,169$) và Sự đồng cảm (DC; $\beta = 0,110$). Kết quả cho thấy khả năng phản hồi kịp thời, chủ động hỗ trợ và linh hoạt xử lý nhu cầu phát sinh là những yếu tố nổi bật trong việc hình thành trải nghiệm lưu trú tại các homestay ở phường Sa Pa.

Đáng chú ý, Trải nghiệm khách hàng tác động

tích cực đến Sự hài lòng với hệ số $\beta = 0,596$ ($p < 0,001$), cao nhất trong các mối quan hệ được kiểm định. Điều này cho thấy trải nghiệm là thành tố quan trọng trong quá trình hình thành sự hài lòng, qua đó nhấn mạnh vai trò của việc tổ chức dịch vụ theo hướng tạo ra giá trị trải nghiệm thay vì chỉ đáp ứng các yêu cầu lưu trú cơ bản.

Kiểm định tác động gián tiếp và vai trò trung gian

Bảng 2. Kết quả kiểm định các mối quan hệ gián tiếp

Mối quan hệ	β gián tiếp	T	p-value	Khoảng tin cậy 95%
DU $\rightarrow$ TN $\rightarrow$ HL	0,198	6,319	$< 0,001$	[0,139; 0,261]
TC $\rightarrow$ TN $\rightarrow$ HL	0,156	5,824	$< 0,001$	[0,100; 0,206]
DB $\rightarrow$ TN $\rightarrow$ HL	0,142	4,775	$< 0,001$	[0,086; 0,203]
HH $\rightarrow$ TN $\rightarrow$ HL	0,101	4,115	$< 0,001$	[0,052; 0,147]
DC $\rightarrow$ TN $\rightarrow$ HL	0,065	2,500	0,012	[0,015; 0,119]

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu trên SmartPLS.

Kết quả cho thấy cả năm thành phần chất lượng dịch vụ đều có tác động gián tiếp tích cực và có ý nghĩa thống kê đến Sự hài lòng thông qua Trải nghiệm khách hàng. Các khoảng tin cậy Bootstrap 95% đều không chứa giá trị 0.

Xét về mức độ tác động, Sự đáp ứng tiếp tục đứng đầu với β gián tiếp = 0,198, tiếp theo là Độ tin cậy (0,156), Sự đảm bảo (0,142), Phương tiện hữu hình (0,101) và Sự đồng cảm (0,065). Thứ tự này tương đồng với mức độ tác động của các thành phần chất lượng dịch vụ đến Trải nghiệm khách hàng, cho thấy vai trò nổi bật của khả năng đáp ứng trong cơ chế chuyển hóa chất lượng dịch vụ thành sự hài lòng.

Các kết quả xác nhận vai trò trung gian có ý nghĩa thống kê của Trải nghiệm khách hàng. Tuy nhiên, việc kết luận trung gian toàn phần cần dựa trên kết quả kiểm định bổ sung các đường dẫn trực tiếp từ năm thành phần chất lượng dịch vụ đến Sự hài lòng. Nếu các đường dẫn trực tiếp không có ý nghĩa khi đưa biến trung gian vào mô hình, có thể kết luận trung gian toàn phần; nếu vẫn có ý nghĩa, cần xem xét trung gian một phần.

Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu cho thấy Sự đáp ứng có tác động mạnh nhất đến Trải nghiệm khách hàng ($\beta = 0,332$), tiếp theo là Độ tin cậy ($\beta = 0,261$), Sự đảm bảo ($\beta = 0,238$), Phương tiện hữu hình ($\beta = 0,169$) và Sự đồng cảm ($\beta = 0,110$). Điều này cho thấy khả năng phản hồi kịp thời, thực hiện đúng cam kết, bảo đảm an toàn và duy trì tiện nghi thiết yếu đều góp phần nâng cao trải nghiệm của du khách. Trong bối cảnh Sa Pa là điểm đến miền núi, tính

linh hoạt và chủ động hỗ trợ càng có ý nghĩa đối với chất lượng phục vụ homestay.

Đáng chú ý, Trải nghiệm khách hàng tác động tích cực đến Sự hài lòng ($\beta = 0,596$), khẳng định vai trò quan trọng của trải nghiệm trong đánh giá dịch vụ lưu trú. Bên cạnh tiện nghi và chất lượng phục vụ, sự tương tác với chủ nhà, cơ hội tìm hiểu văn hóa địa phương và cảm nhận về không gian bản địa có thể góp phần tạo nên giá trị khác biệt của homestay. Kết quả phỏng vấn sâu cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của hỗ trợ kịp thời, minh bạch thông tin, tiện nghi cơ bản và giao lưu văn hóa.

Nhìn chung, nâng cao sự hài lòng của du khách cần gắn cải thiện chất lượng dịch vụ với thiết kế trải nghiệm có ý nghĩa. Trong đó, ưu tiên năng lực đáp ứng và phát triển trải nghiệm khách hàng là định hướng quản trị đáng chú ý đối với các cơ sở homestay tại phường Sa Pa.

2.4. Hàm ý giáo dục từ kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu không chỉ mang lại những hàm ý quản trị mà còn có ý nghĩa đối với công tác giáo dục và đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại phường Sa Pa. Trong đó, khả năng đáp ứng có tác động mạnh nhất đến trải nghiệm khách hàng ($\beta = 0,332$), cho thấy sự cần thiết phải chú trọng đào tạo kỹ năng giao tiếp, ứng xử, chăm sóc khách hàng và xử lý tình huống cho đội ngũ nhân lực phục vụ tại các homestay. Đồng thời, cần tăng cường giáo dục đạo đức nghề nghiệp, tinh thần trách nhiệm, tính trung thực và ý thức bảo đảm chất lượng dịch vụ nhằm nâng cao niềm tin của du khách.

Bên cạnh đó, trải nghiệm khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng ($\beta = 0,596$), gợi mở yêu cầu gắn giáo dục nghề nghiệp với hoạt động thực tiễn, đặc biệt là kỹ năng tổ chức trải nghiệm văn hóa bản địa. Các cơ sở đào tạo cần phối hợp với chính quyền địa phương và các hộ kinh doanh homestay tổ chức tập huấn nghiệp vụ, bồi dưỡng kiến thức văn hóa và kỹ năng ứng dụng công nghệ trong kinh doanh du lịch. Đồng thời, chú trọng giáo dục ý thức bảo tồn bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường và phát triển du lịch có trách nhiệm. Những định hướng này góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện trải nghiệm du khách và thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng bền vững tại Sa Pa.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã kiểm định mô hình các yếu tố chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ lưu trú homestay tại phường Sa Pa. Kết quả cho thấy cả năm thành phần chất lượng dịch vụ đều tác

động tích cực đến trải nghiệm khách hàng, trong đó Sự đáp ứng có ảnh hưởng mạnh nhất. Trải nghiệm khách hàng tiếp tục tác động tích cực đến sự hài lòng và đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng. Kết quả nhấn mạnh rằng nâng cao sự hài lòng không chỉ đòi hỏi bảo đảm chất lượng phục vụ, tính minh bạch, an toàn và tiện nghi thiết yếu mà còn cần chú trọng xây dựng trải nghiệm gắn với văn hóa và đời sống địa phương. Vì vậy, các cơ sở homestay cần ưu tiên cải thiện khả năng đáp ứng, củng cố độ tin cậy và sự đảm bảo, đồng thời phát triển dịch vụ lấy trải nghiệm khách hàng làm trọng tâm. Sự phối hợp giữa cơ sở lưu trú, cộng đồng và cơ quan quản lý sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, bảo tồn bản sắc địa phương và thúc đẩy phát triển du lịch bền vững tại Sa Pa. Do nghiên cứu giới hạn trong một địa bàn cụ thể, các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng phạm vi khảo sát để kiểm chứng khả năng khái quát của mô hình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Đặng, T. T. T. (2024). Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch nội địa đối với dịch vụ homestay tại Vườn quốc gia Ba Bể (Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội).
- Doan, T. T., & Raj, S. H. C. (2026). How host-guest interaction drives visitor experience, satisfaction, and support for regenerative tourism: Evidence from homestays in Sapa. *SSRN Electronic Journal*.
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- Nguyễn, V. Đ. (2020). Phát triển du lịch cộng đồng gắn với homestay tại Việt Nam [Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân].
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Tài liệu tiếng Anh
- Vũ, T. H. (2021). Trải nghiệm du lịch cộng đồng tại Sa Pa, tỉnh Lào Cai [Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội].