

- perceived risk. *Services Marketing Quarterly*, **2014**, 35(3), 219-236.
- [8]. Suki, N. M. The impact of perceived value, quality, and satisfaction on loyalty: The mediating role of satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, **2016**, 35, 388-396.
- [9]. Vargas-Hernández, J. G., Parra-Reyes, R. M., & Ruiz-Palomino, P. Customer satisfaction, loyalty and switching costs in electronic banking: Empirical evidence from a developing country. *Review of International Business and Strategy*, **2020**, 30(3), 419-439.
DOI: <https://10.1108/RIBS-04-2019-0044>.
- [10]. Golrou Abdollahi. Creating a Model for Customer Loyalty in Banking Industry of Iran, MBA. *Tarbiat Modares University Faculty of Engineering*, **2008**.
- [11]. Beh Yin Yee, T.M.Faziharudean, Factors Affecting Customer Loyalty Of Using Internet Banking In Maylaysia, *Journal of Electronic Banking Systems*, **2010**, IBIMA Publishing.
DOI: <https://doi.org/10.5171/2010.592297>
- [12]. Karunaratna, A. C., & Kumara, P. A. P. S. Determinants of customer loyalty: A literature review. *Journal of Customer Behaviour*, **2018**, 17(1-2), 49-73.
DOI: <https://doi.org/10.1362/147539218X15333820725128>
- [13]. Võ Khắc Thường, Đinh Hoàng Anh Tuấn, Hà Duy Thanh. Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - Phòng giao dịch Đức Linh, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, **2021**, số 33, tháng 11 năm 2021.
- [14]. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **2002**, 30(4), 362-375.
DOI: <https://doi.org/10.1177/009207002236911>
- [15]. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Malhotra, A. E-S-QUAL, A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, **2005**, Vol.7.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- [16]. Bùi Văn Thụy, Nguyễn Tiến Quang. Sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ Mobile banking của các ngân hàng thương mại tại Đồng Nai. *Tạp chí Công thương*, **2020**, số 8 – Tháng 4/2020, trang 300 - 304.
- [17]. Nguyễn Hồng Quân. Các nhân tố tác động đến sự hài lòng chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử: nghiên cứu tại ngân hàng Thương mại Tiên phong. *Tạp chí Quản lý và Kinh tế Quốc tế*, **2020**, số 125, 29-43.