



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

Determinantes de la lealtad en una universidad privada - 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctor en Administración

AUTOR:

Mgtr. Oscar Jhonny Bravo Chávez (ORCID: 0000-0002-3155-2786)

ASESORA:

Dra. Irma Milagros Carhuancho Mendoza (ORCID: 0000-0002-4060-5667)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres Oscar y Ana por darme la motivación para terminar esta meta, a mi padrino Alcides Espinoza por el reto sugerido a mi señora Mayra por su apoyo incondicional, a mis hijos Valentino y Giuseppe por su comprensión y paciencia.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo por la formación en el Doctorado en Administración.

A mi Asesora Dra. Irma Carhuacho por su exigencia y conocimiento para guiar en la realización de la tesis.

A mis colegas por el apoyo y comprensión.

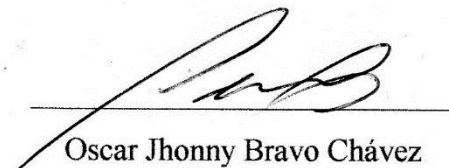
Declaratoria de autenticidad

Yo, Oscar Jhonny Bravo Chávez, estudiante de la Escuela de Posgrado, del programa Doctorado en Administración, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; presento mi trabajo académico titulado: “Determinantes de la lealtad en una universidad privada - 2019”, en 95 folios para la obtención del grado académico de Doctor en Administración, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 12 de diciembre de 2019


Oscar Jhonny Bravo Chávez
DNI: 10018402

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
Resumo	xii
I. Introducción	1
II. Método	13
2.1 Tipo y diseño de investigación	13
2.2 Variables y operacionalización	14
2.3 Población, muestra y muestreo	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
2.5 Validez y confiabilidad	18
2.6 Procedimiento	18
2.7 Método de análisis de datos	19
2.8 Aspectos éticos	19
III. Resultados	20
3.1 Análisis factorial exploratorio	20
3.1 Descripción de los resultados	24

3.2 Contrastación de hipótesis	28
3.2.1 Hipótesis general	28
3.2.2 Hipótesis específica 1	28
3.2.3 Hipótesis específica 2	29
3.2.4 Hipótesis específica 3	30
3.2.5 Hipótesis específica 4	31
3.2.6 Hipótesis específica 5	31
3.2.7 Hipótesis específica 6	31
3.2.8 Hipótesis específica 7	32
IV. Discusión	33
V. Conclusiones	35
VI. Recomendaciones	38
VII. Propuesta	40
Referencias	41
Anexo 1: Matriz de consistencia	49
Anexo 2: Instrumentos	51
Anexo 3: Base de datos	60
Anexo 4: Estado del artículo	72
Anexo 5: Artículo	73
Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de trabajo académico	83
Anexo7: Pantallazo del turnitin	84
Anexo 8: Formulario de autorización para la publicación electrónica de la tesis	85
Anexo 9: Autorización de la versión final del trabajo de investigación	86

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Operacionalización de la variable 1: Lealtad</i>	15
Tabla 2 <i>Operacionalización de la variable 2: Calidad de servicio</i>	15
Tabla 3 <i>Operacionalización de la variable 3: Satisfacción del cliente</i>	15
Tabla 4 <i>Operacionalización de la variable 4: Imagen de la universidad</i>	16
Tabla 5 <i>Operacionalización de la variable 5: Tasa universitarias</i>	16
Tabla 6 <i>Población y muestra de estudio</i>	17
Tabla 7 <i>Prueba de KMO, Bartlett y varianza total explicada para el cuestionario</i>	20
Tabla 8 <i>Factores para el cuestionario de lealtad</i>	20
Tabla 9 <i>Prueba de KMO, Bartlett y varianza explicada para el cuestionario de calidad</i>	21
Tabla 10 <i>Factores para el cuestionario de calidad de servicio</i>	21
Tabla 11 <i>Prueba de KMO, Bartlett y varianza para el cuestionario de satisfacción</i>	22
Tabla 12 <i>Factores para el cuestionario de satisfacción del cliente</i>	22
Tabla 13 <i>Prueba de KMO, Bartlett y varianza explicada para el cuestionario de imagen</i>	23
Tabla 14 <i>Factores para el cuestionario de la imagen de la universidad</i>	23
Tabla 15 <i>Prueba de KMO, Bartlett y varianza explicada para el cuestionario de tasas</i>	24
Tabla 16 <i>Factores para el cuestionario de tasas universitaria</i>	24
Tabla 17 <i>Locales de estudio</i>	25
Tabla 18 <i>Escuelas profesionales y género</i>	25
Tabla 19 <i>Grado de lealtad según dimensiones</i>	26
Tabla 20 <i>Grado de calidad según dimensiones</i>	26
Tabla 21 <i>Grado de satisfacción del cliente según dimensiones</i>	26
Tabla 22 <i>Grado de imagen según dimensiones</i>	27
Tabla 23 <i>Grado de tasas educativas según dimensiones</i>	27
Tabla 24 <i>Correlación entre las tasas educativas y la calidad</i>	29
Tabla 25 <i>Correlación de entre la variable tasa educativa y satisfacción del cliente</i>	30
Tabla 26 <i>Correlación de entre la variable calidad y satisfacción</i>	31
Tabla 27 <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	32
Tabla 28 <i>Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)</i>	33

Índice de figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Modelo operacional propuesto para la investigación con las hipótesis	8
<i>Figura 2.</i> Representación gráfica de los resultados en el modelo de ecuaciones	29

Resumen

La presente investigación ha tenido como objetivo general establecer las determinantes de la lealtad en una universidad privada – 2019; para ello se sustentó en el paradigma positivista, enfoque cuantitativo, tipo explicativa, diseño no experimental, transversal, y el método fue hipotético deductivo. La población de estudio lo conformaron 3074 estudiantes, a través de la técnica de muestreo aleatorio simple se calculó la muestra de 709 estudiantes, la técnica de recopilación de datos fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Los datos fueron analizados con el apoyo de la estadística descriptiva, inferencial y ecuación estructural. Los resultados demostraron que efectivamente los datos de la muestra provenían de una misma población (Chi cuadrado 531.298, $p=.000$), asimismo las tres determinantes de la lealtad fueron: a) la satisfacción del estudiante. b) la imagen de la universidad c) la tasa universitaria, lo que permite explicar a la variable dependiente que es la lealtad en un 94%.

Por otra parte, la tasa educativa se relaciona fuertemente con a) la calidad de servicio, b) con la satisfacción. Mientras que la calidad de servicio se relacionó altamente con la satisfacción del estudiante. En consecuencia, la tasa universitaria influyó en la imagen de la universidad privada en 17.7%, al mismo tiempo fue influencia por la calidad de servicio, mientras que la satisfacción y la imagen influyeron en 52.2% y 30.3% en la lealtad.

Palabras claves: lealtad, calidad de servicio, satisfacción, imagen, tasas.

Abstract

This research has had as a general objective to establish the determinants of loyalty in a private university - 2019; for this, it was based on the positivist paradigm, quantitative approach, explanatory type, non-experimental, transversal design, and the method was deductive hypothetical. The study population was made up of 3074 students, using the simple random sampling technique, the sample of 709 students was calculated, the data collection technique was the survey and the instrument the questionnaire. The data were analyzed with the support of descriptive, inferential statistics and structural equation. The results showed that in fact the sample data came from the same population (Chi square 531.298, $p = .000$), also the three determinants of loyalty were: a) student satisfaction. b) the image of the university c) the university rate, which makes it possible to explain to the dependent variable that loyalty is 94%.

On the other hand, the educational rate is strongly related to a) the quality of service, b) with satisfaction. While the quality of service was highly related to student satisfaction. Consequently, the university rate influenced the image of the private university in 17.7%, at the same time it was influenced by the quality of service, while satisfaction and image influenced 52.2% and 30.3% in loyalty.

Keywords: loyalty, quality of service, satisfaction, image, rates.

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo geral estabelecer os determinantes da lealdade em uma universidade privada - 2019; para isso, baseou-se no paradigma positivista, abordagem quantitativa, tipo explicativo, não experimental, delineamento transversal, e o método foi dedutivo hipotético. A população do estudo foi composta por 3074 estudantes, utilizando a técnica de amostragem aleatória simples, foi calculada a amostra de 709 estudantes, a técnica de coleta de dados foi a pesquisa e o instrumento o questionário. Os dados foram analisados com o apoio de estatística descritiva, inferencial e equação estrutural. Os resultados mostraram que, de fato, os dados da amostra provinham da mesma população (qui quadrado 531.298, $p = 0,000$), também os três determinantes da lealdade foram: a) satisfação do aluno. b) a imagem da universidade; c) a taxa da universidade, que permite explicar à variável dependente que a lealdade é de 94%.

Por outro lado, a taxa de escolaridade está fortemente relacionada a a) qualidade do serviço, b) com satisfação. Enquanto a qualidade do serviço estava altamente relacionada à satisfação do aluno. Consequentemente, a taxa universitária influenciou a imagem da universidade privada em 17,7%, ao mesmo tempo em que foi influenciada pela qualidade do serviço, enquanto a satisfação e a imagem influenciaram 52,2% e 30,3% na lealdade.

Palavras-chave: lealdade, qualidade de serviço, satisfação, imagem, taxas.

Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de trabajo académico



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO ACADÉMICO

Yo, Irma Milagros Carhuacho Mendoza, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte.

La tesis titulada "Determinantes de la lealtad en una universidad privada - 2019" del estudiante Bravo Chavez Oscar Jhonny, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituye plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 18 de enero del 2020




Irma Milagros Carhuacho Mendoza

DNI:40460914