

Submission date: 30/03/2021

Accepted date: 13/03/2022

DOI: 10.33102/abqari.vol26no1.386

**TAHAP KEPUASAN PELAJAR TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN
UNIVERSITI: SATU TINJAUAN***Level of Student Satisfaction towards University Service Quality: A Review*Norlaili Mohd Yusof,^a Soaib Asimiran,^a Suhaida Abdul Kadir,^a^aUniversiti Putra Malaysialieyf1148@yahoo.com**Abstract**

Student satisfaction is an important aspect in a university where it is one of the main objectives of a university. Service quality and student satisfaction were also found to have a close relationship in ensuring that the university's objectives were achieved. Therefore, this study makes a review on the level of student satisfaction with the quality of university services based on past literature. The findings show that there are various factors which provide satisfaction to students and it affects the quality of university services. Therefore, the university management system needs implemented to be improved by integrating of *Naqli* and *Aqli* to create a balanced and syariah management based as well as provide a good service quality (*syumul*). This study should be able to help various parties to provide satisfaction to students through quality services.

Keywords: student satisfaction, service quality, university

Abstrak

Kepuasan pelajar adalah aspek penting dalam sesebuah universiti dimana ia merupakan salah satu objektif utama bagi sesebuah universiti. Kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelajar juga didapati mempunyai hubungan yang rapat dalam memastikan objektif universiti tercapai. Oleh itu kajian ini membuat satu ulasan tentang tahap kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan universiti berdasarkan kajian lepas. Hasil dapatan mendapati terdapat pelbagai faktor yang memberikan kepuasan kepada pelajar dan ia memberi kesan kepada kualiti perkhidmatan universiti. Oleh yang demikian sistem pengurusan univerisiti yang dilaksanakan adalah perlu ditambahbaik dengan mengintegrasikan Ilmu Naqli dan Aqli bagi mewujudkan pengurusan yang seimbang dan berasaskan syariah sekaligus menghasilkan kualiti perkhidmatan yang baik (*syumul*). Kajian ini sewajarnya dapat membantu pelbagai pihak untuk memberikan kepuasan kepada pelajar melalui perkhidmatan yang berkualiti.

Kata kunci: Kepuasan pelajar, perkhidmatan kualiti, universiti

PENGENALAN

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu isu global yang sering diperkatakan (Gallifa & Batalle, 2010) dalam pelbagai sektor seperti perbankan (Lassar, Manolis, & Winsor, 2000), perhotelan (Li, Ye, & Law, 2013) dan kesihatan (Alimudin, Dhaniarti, Judana, & Sukoco, 2017). Sejak beberapa dekad yang lalu, para penyelidik mula memberi perhatian dalam sektor pendidikan (Hassan, Shamsudin, & Hasim, 2019; Kandie, 2018). Dalam sektor pendidikan tinggi, pelajar adalah pelanggan utama (Sultan & Wong, 2013). Maka penanda aras bagi mengenal pasti prestasi kualiti perkhidmatan universiti adalah dalam aspek kepuasan pelajar (Barnett, 2011). Kepuasan pelajar adalah aspek penting dalam sesebuah universiti dimana ia merupakan salah satu objektif utama bagi sesebuah universiti (Ahmed & Masud, 2014) bagi menghadapi persaingan dalam sektor pendidikan tinggi (Zaimah, Hair, & Izzurazlia, 2014). Menurut Arif dan Ilyas (2013) definisi kepuasan pelajar adalah tanggapan pelajar terhadap perkhidmatan yang disediakan berdasarkan pengalaman sebelumnya serta memenuhi jangkannya. Krentler & Grundnitski (2004) menyatakan faktor institusi dan faktor peribadi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelajar. Kualiti penyelidikan institusi, saiz kelas, kualiti pengajaran dan kecekapan maklum balas pengajar adalah merupakan elemen faktor institusi. Manakala pekerjaan, jantina, umur, purata gred pelajar dan gaya pembelajaran adalah elemen faktor peribadi.

Berdasarkan kajian lepas, terdapat pelbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelajar dari segi faktor kualiti perkhidmatan seperti program (Ali et al., 2016), kualiti pentadbiran (Seebaluck, 2016; Bellamkonda, 2016), kemudahan sokongan (Bellamkonda, 2016; Carter & Yeo, 2016), pengajaran (Annamdevula & Bellamkonda, 2016), pengurusan dan organisasi (Poon, 2019), penilaian dan maklum balas (Poon, 2019), perkhidmatan utama (Owino, 2013). Faktor kualiti perkhidmatan adalah pengukur bagi kepuasan pelajar dimana terdapat perkaitan antara kualiti perkhidmatan dengan kepuasan pelajar (Weerasinghe & Fernando, 2017). Apabila kepuasan pelajar terbina, ia akan melahirkan kesetiaan pelajar terhadap universiti (Masserini et al., 2019) dan akan saling berkongsi perasaan mereka serta menwar-war kepada orang lain (Kwun, Ellyn & Choi 2013). Walaubagaimana pun, kajian lepas menunjukkan kurang penekanan tentang kualiti perkhidmatan diberi oleh pihak universiti kepada pelajar (Hwang & Choi, 2019; Napitupulu, Rahim, Abdullah, Setiawan, Abdillah, Ahmar & Pranolo, 2018). Oleh itu, kajian ini adalah untuk membuat satu tinjauan tentang tahap kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan universiti.

DEFINASI

Kepuasan Pelajar

Kepuasan ditakrifkan sebagai suatu keadaan dimana pelanggan merasakan keinginan, keperluan, dan matlamat mereka tercapai serta dapat memberikan rasa seronok kepada mereka. Menurut Gruber et al., (2010), pengalaman yang dilalui oleh pelajar dalam

kehidupan kampus secara berterusan akan membentuk suatu kepuasan kepada mereka. Osman (2019) mendefinisikan kepuasan pelajar merupakan emosi yang dirasakan oleh pelajar setelah menerima perkhidmatan. Schniederjans & Levy (2012) juga mendefinisikan kepuasan pelajar berdasarkan persepsi setelah perkhidmatan diterima. Tahap kepuasan pelajar turut didefinisikan sebagai ringkasan penilaian secara langsung terhadap pengalaman dalam pendidikan dimana ianya berdasarkan jangkaan awal dan juga prestasi yang dirasakan selepas melalui proses ataupun kitaran pendidikan tersebut (Zakaria, Umar, Wan Deraman, & Abd Mutalib, 2016). Selain itu, tahap kepuasan pelajar seperti yang ditakrifkan oleh Wiers-Jenssen, Stensaker dan Groggaard (2002) sebagai satu penilaian pelajar terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh universiti, hal ini kerana membina kepuasan pelajar adalah matlamat utama dan dianggap penting bagi merangka strategi yang berkesan terhadap pembangunan pelajar (Mehdipour & Zerehkaifi, 2013). Oleh yang demikian, kepuasan pelajar boleh ditakrifkan sebagai suatu maklumbalas ataupun respon pelajar terhadap perkara yang mereka lalui sama ada gembira atau tidak. Maklumbalas mengenai kepuasan pelajar penting untuk memastikan kualiti program yang ditawarkan adalah konsisten dan seterusnya bermanfaat untuk penambahbaikan yang berterusan.

Kualiti Perkhidmatan

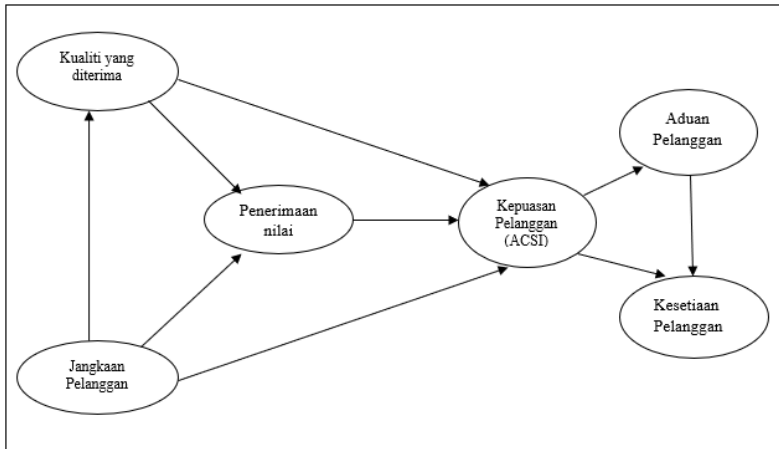
Kualiti adalah konsep yang abstrak dan sukar didefinisikan (Lagrosen et al. 2004) dan ini disebabkan oleh ciri-ciri kualiti sebagai objektif dan subjektif pada masa yang sama, spesifikasi antara faktornya dapat diukur, tetapi yang lain yang hanya dapat dinilai. Kualiti bermaksud tahap kecekapan teknikal dan akhirnya, ia mempunyai kesan dan kesan penggunaan yang dapat dilihat oleh pelanggan yang tidak disedari secara sedar (Józsa, 2017). Sebilangan besar kajian mengenai perkhidmatan menyatakan bahawa perkhidmatan terutama berdasarkan pengalaman kerana secara amnya tidak berwujud dan sukar diukur (Wu, Liao, Hung dan Ho (2012). Teeroovengadum, Kamalanabhan, & Seebaluck (2016) mendefinisikan kualiti perkhidmatan sebagai persepsi pelajar terhadap perkhidmatan yang diterima dari sesebuah universiti. Kualiti perkhidmatan adalah ukuran sejauh mana perkhidmatan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan (Lewis & Booms, 1983). Kualiti perkhidmatan, seperti yang dirasakan oleh pelanggan, adalah perbandingan harapan dan prestasi (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

MODEL KEPUASAN PELANGGAN

Model ACSI 1994 merupakan penyedia perkhidmatan bagi mengukur tahap kepuasan pelanggan dari masa ke masa. Pada tahun 1998, wujudnya model yang hampir sama dengan model ACSI iaitu Indeks Kepuasan Pelanggan Eropah (ECSI) di Sweden dan Jerman. Ini menunjukkan bahawa Model ACSI sebagai model untuk mengukur kepuasan pelanggan di peringkat antarabangsa. Kajian lepas yang menggunakan Model ACSI untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam pelbagai bidang seperti perniagaan

(Mao & James, 2020), telekomunikasi (Awwad, 2012), perbankan (Golovkova, Eklof, Malova, & Podkorytova, 2019) dan pendidikan tinggi (Guo, 2016; Pezeshki, Sabokro, & Jalilian, 2020).

Berdasarkan Rajah 1, Model Indeks Kepuasan Pelanggan Amerika Syarikat (ACSI), jangkaan pelanggan memberi pengaruh kepada kualiti yang diterima, penerimaan nilai dan kepuasan pelanggan. Jangkaan pelanggan adalah apa yang pelanggan anggap akan terima dari barang dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh penyedia perkhidmatan (Evans & Lindsay, 1999). Penerimaan nilai merupakan pengantara antara hubungan antara kualiti yang diterima dan jangkaan pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Kualiti yang diterima dalam merujuk kepada persepsi pelanggan terhadap kualiti barangan atau perkhidmatan yang disediakan. Manakala aduan pelanggan dan kesetiaan pelanggan merupakan hasil daripada kepuasan pelanggan.



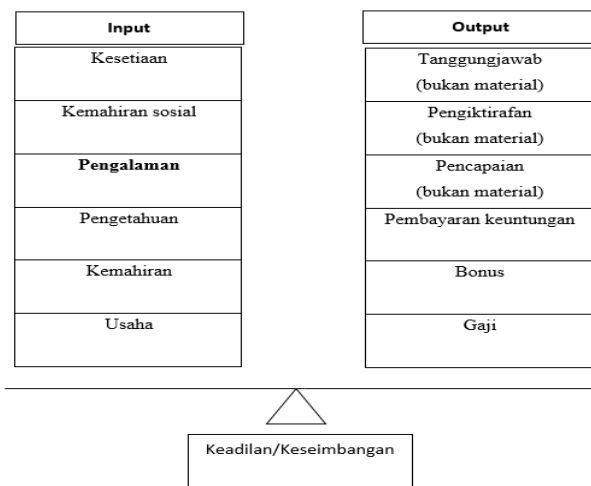
Rajah 1: Model Indeks Kepuasan Pelanggan Amerika (ACSI)

TEORI KUALITI PERKHIDMATAN

Teori Keadilan merupakan salah satu teori mengenai kualiti perkhidmatan yang dibangunkan oleh Adam (1965). Konsep Teori Keadilan adalah merujuk satu sistem bagi perbandingan antara input dan output yang berfungsi (Adam, 1965). Sekiranya hasil perbandingan menunjukkan keseimbangan, maka akan lahir kepuasan. Sebaliknya, jika terdapat ketidakadilan, maka ketidakpuasan akan berlaku (Swan & Oliver, 1989). Prinsip teori keadilan ini adalah seseorang akan merasa puas atau tidak puas bergantung kepada apakah seseorang itu merasakan wujudnya sesuatu keadilan. Rajah 2 menunjukkan Teori Keadilan yang terdiri daripada input dan output. Input terdiri daripada kesetiaan, kemahiran sosial, pengalaman, pengetahuan, kemahiran dan usaha.

Manakala output terdiri daripada tanggungjawab, pengiktirafan, pencapaian, pembayaran keuntungan, bonus dan gaji.

Berdasarkan kajian lepas, Teori Keadilan ini telah diaplikasikan dalam pelbagai sektor perkhidmatan seperti pendidikan (Osman, 2019; Teeroovengadam, Nunkoo, et al., 2019), dan pemasaran (Lim et al, 2020). Dalam konteks pemasaran, input adalah melibatkan kos perbelanjaan dimana masa dan tenaga yang telah digunakan pelanggan dalam usaha membeli belah. Manakala hasil (output) merangkumi jenama yang prestij, perkhidmatan, prestasi produk, dan sebagainya (Oliver & Swan, 1989). Pembeli menilai aspek keadilan atau ketidakadilan berdasarkan perbandingan antara keuntungan dan kos yang terlibat, serta perbandingan dengan pembeli lain yang terlibat dengan transaksi pembelian barangan atau perkhidmatan yang sama dari organisasi yang sama (Kukar-Kinney, Xia & Monroe, 2007).



Rajah 2: Teori Keadilan (diadaptasi daripada Osman, 2019)

Perkembangan Teori Keadilan juga dapat dilihat apabila kajian lepas telah menggunakan Teori Keadilan bagi mengukur kepuasan pelajar dalam sektor pengajian tinggi (Osman, 2019). Justeru itu, dalam konteks pengajian tinggi, input merujuk kepada hasil daripada pelaksanaan proses seperti kualiti perkhidmatan. Hasil daripada proses adalah tidak terbatas kepada faktor tertentu atau situasi tertentu dan mempunyai sifat yang berbeza-beza. Ini menunjukkan bahawa, penerapan Teori Keadilan adalah universal dalam menjelaskan tingkah laku dan kepuasan pelanggan (Osman, 2019).

KAJIAN LEPAS TAHAP KUALITI PERKHIDMATAN DAN KEPUASAN PELAJAR

Berdasarkan kajian lepas, tahap kepuasan pelajar berada dalam tahap yang tinggi seperti kajian Martirosyan, (2015), Wilkins dan Balakrishnan (2013). Kajian yang dijalankan oleh Martirosyan (2015) adalah bagi menentukan tahap kepuasan kepada pelajar terhadap kualiti perkhidmatan yang disediakan kepada 372 pelajar dari 12 institusi pengajian tinggi. Hasil kajian menunjukkan bahawa pelajar berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan yang diberikan oleh pihak universiti. Selain itu, hasil kajian juga menunjukkan bahawa faktor yang berkaitan dengan perkhidmatan fakulti merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelajar berbanding dengan faktor-faktor lain. Dapatan ini turut disokong oleh dapatan Wilkins dan Balakrishnan (2013) yang mendapati kualiti perkhidmatan yang disediakan oleh pihak universiti adalah tinggi bagi kesemua faktor seperti pensyarah, program, penilaian dan tindakbalas, sumber, teknologi dan kemudahan. Menurut Halimatussakdiah et al., (2020), penerimaan nilai yang tinggi yang diterima pelajar dari institusi pengajian tinggi akan mempertingkatkan semangat pelajar untuk belajar serta tahap kepuasan pelajar juga mempertingkatkan.

Malahan, terdapat juga kajian mengenai tahap kepuasan pelajar berada ditahap sederhana (Gao, 2012; Peprah, 2018; Weerasinghe & Fernando, 2017; Poon, 2019; Aziz & Yasin, 2017). Kajian oleh Peprah (2018), mengkaji faktor kualiti perkhidmatan seperti jaminan, kebolehlihatan, kesimpatian, kebolehpercayaan dan tindakan dan dapatan menunjukkan bahawa tahap kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan adalah di tahap yang sederhana. Hasil dapatan mencadangkan agar pihak universiti perlu melakukan penambahbaikan dan penelitian terhadap aspek proses yang melibatkan perancangan, pelaksanaan, penyemakan dan tindakan. Dapatan kajian oleh Weerasinghe & Fernando (2017) menyokong bahawa tahap kepuasan pelajar terhadap perkhidmatan juga adalah di tahap yang sederhana terhadap faktor kualiti perkhidmatan seperti kemudahan kelas, kemudahan perpustakaan, (kemudahan komputer, kemudahan penginapan, kemudahan pekerjaan dan kemudahan hiburan. Begitu juga dengan kajian oleh Aziz & Yasin (2017) mendapati kualiti pengajaran dan pembelajaran berada pada tahap sederhana ke atas 387 pelajar. Ini menunjukkan bahawa kualiti pengajaran yang diterima pelajar tidak berada pada tahap yang memuaskan, kerana para pelajar menilai proses pengajaran dan pembelajaran di universiti sebagai masih belum memenuhi harapan dan jangkaan mereka.

Walaubagaimanapun, terdapat juga kajian menunjukkan tahap kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan adalah rendah (Poon, 2019; Gao, 2012; Ting et al., 2019). Dapatan kajian Ting et al. (2019) menunjukkan tahap kepuasan pelajar yang disediakan oleh universiti di Malaysia adalah 300 pelajar kurang berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan yang disediakan seperti kebolehlihatan, jaminan, kebolehpercayaan,

respon, empati. Ia disokong oleh kajian Poon (2019) yang telah melakukan kajian ke atas 463 pelajar siswazah dan hasil kajian menunjukkan kepuasan pelajar siswazah adalah rendah. Di antara faktor-faktor kualiti perkhidmatan yang dikaji seperti tesis dan kerja kursus, penilaian dan maklum balas, organisasi dan pengurusan, pengembangan kemahiran, maklumat yang diberikan dalam pemilihan kursus, sumber dan perkhidmatan. Kajian oleh Gao (2012) juga mengukur tahap kepuasan pelajar antarabangsa siswazah ke atas 217 pelajar siswazah dan dapatan menunjukkan bahawa mereka kurang berpuas hati dengan perkhidmatan yang disediakan. Perkhidmatan yang diterima pelajar siswazah adalah tidak seperti yang diharapkan mereka. Lima faktor kualiti perkhidmatan yang telah dikenal pasti menunjukkan nilai negatif iaitu yang diperoleh daripada perbandingan kualiti yang diterima dengan kualiti yang diharapkan seperti pengajaran, penilaian dan maklum balas, sokongan akademik, pengurusan dan organisasi, pembangunan peribadi dan hanya sumber pengajaran yang mempunyai nilai positif.

KESIMPULAN

Secara umumnya, kepuasan pelajar merupakan suatu perkara penting yang perlu diberi perhatian dan ditekan oleh pihak universiti. Ini kerana, setiap penerimaan perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelajar adalah penanda aras dalam penilaian kepuasan pelajar. Untuk menjadi sebuah universiti yang terulung, kepuasan pelajar terhadap kualiti perkhidmatan haruslah mencapai suatu tahap yang baik. Selain itu, kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelajar juga didapati mempunyai hubungan yang rapat dalam memastikan objektif universiti tercapai. Oleh itu, kajian ini telah membuktikan bahawa kualiti perkhidmatan merupakan salah satu strategi persaingan untuk memberikan kepuasan kepada pelajar. Kajian ini sewajarnya dapat membantu pelbagai pihak untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui perkhidmatan yang berkualiti.

RUJUKAN

- Adams, J. S. (1965). *Inequity in social exchange*. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 267-299). New York: Academic Press
- Ahmed, S., & Masud, M. M. (2014). Measuring service quality of a higher educational institute towards student satisfaction. *American Journal of Educational Research*, 2(7), 447-455.
- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty?. *Quality Assurance in Education*, 24(1), 70-94
- Alimudin, A., Dhaniarti, I., Judana, M. L., & Sukoco, A. (2017). Model of Customer Value Approach for Improving Satisfaction of the Hospital Patients. *SINERGI*, 7(2), 30-40.
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities:

- development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 488-517.
- Arif, S., & Ilyas, M. (2013). Quality of work-life model for teachers of private universities in Pakistan. *Quality Assurance in Education*, 21(3), 1-20
- Awwad, M. S. (2012). An application of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) in the Jordanian mobile phone sector. *The TQM Journal*, 24(6), 529-541
- Aziz, Z., & Yasin, R. M. (2017). The quality of teaching and learning towards the satisfaction among the university students. *Asian Social Sciences*, 9(12), 252-260.
- Barnett, W. S. (2011). Effectiveness of early educational intervention. *Science*, 333(6045), 975-978.
- Carter, S., & Yeo, A. C. M. (2016). Students-as-customers' satisfaction, predictive retention with marketing implications. *International Journal of Educational Management*, 30(5), 635-652.
- Evans, J.R. and Lindsay, W.M. (1999), *The management and control of quality*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Gallifa, J., & Batallé, P. (2010). Student perceptions of service quality in a multicampus higher education system in Spain. *Quality Assurance in Education*, 18(2), 156-170.
- Gao, G. (2012). Measuring the satisfaction of international postgraduate business students of a british university. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 12(4), 117-135
- Golovkova, A., Eklof, J., Malova, A., & Podkorytova, O. (2019). Customer satisfaction index and financial performance: a European cross country study. *International Journal of bank marketing*, 37(2), 479-491.
- Gruber, T., Fuß, S., Voss, R., & Gläser-Zikuda, M. (2010). Examining student satisfaction with higher education services. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 105-123.
- Halimatussakdiah, Majid, M. S. A., & Azis, N. (2020). Mediating effect of student perceived value on student satisfaction in the Indonesian private higher education institutions. *International Journal of Management in Education*, 14(6), 611-627.
- Hassan, S., Shamsudin, M. F., Hasim, M. A., Mustapha, I., Jaafar, J., Adruthdin, K. F., & Ahmad, R. (2019). Mediating effect of corporate image and students' satisfaction on the relationship between service quality and students' loyalty in TVET HLIs. *Asian Academy of Management Journal*, 24(1), 93-105.
- Hwang, Y. S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1-12.

- Józsa, T. (2017). The antecedents of market orientation and its effect on customer satisfaction and service quality: The case of Hungarian municipal public service provisions. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14(3), 391-407.
- Kandie, H. K. (2018). Effects of Service Quality on Students' Satisfaction in Libraries in Kenya Using Servperf Model: Case of St Pauls' University in Kenya. *Archives of Business Research*, 6(1), 1-17
- Krentler, K.A., & Grundnitski, G.M. (2004). Moving beyond satisfaction: perceiving learning as an assessment measure. *Journal of College Teaching and Learning*, 1(10), 7-16
- Kukar-Kinney, M., Xia, L., & Monroe, K. B. (2007). Consumers' perceptions of the fairness of price-matching refund policies. *Journal of Retailing*, 83(3), 325-337.
- Kwun, D. J. W., Ellyn, E., & Choi, Y. (2013). Campus foodservice attributes and their effects on customer satisfaction, image, and word-of-mouth. *Journal of Foodservice Business Research*, 16(3), 276-297.
- Lagrosen, S., Seyyed-Hashemi, R., & Leitner, M. (2004). Examination of the dimensions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 12(2), 61-69
- Lassar, W. M., Manolis, C., & Winsor, R. D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 244-271
- Lewis, R. C., & Booms, B. (1983). *The marketing aspects of service quality*. AMA Proceeding, American Marketing Association Chicago, 99-104.
- Li, H., Ye, Q., & Law, R. (2013). Determinants of customer satisfaction in the hotel industry: An application of online review analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 784-802.
- Lim, L. G., Tuli, K. R., & Grewal, R. (2020). Customer satisfaction and its impact on the future costs of selling. *Journal of Marketing*, 84(4), 23-44.
- Mao, M., & James, P. (2020). Evaluating Customer Satisfaction Using the ACSI Model in a Themed Restaurant in Bangkok. *Business Management and Strategy*, 11(1), 55-71.
- Martirosyan, N. (2015). An examination of factors contributing to student satisfaction in Armenian higher education. *International Journal of Educational Management*, 29(2), 177-191.
- Masserini, L., Bini, M., & Pratesi, M. (2019). Do quality of services and institutional image impact students' satisfaction and loyalty in higher education?. *Social Indicators Research*, 146(1), 91-115.
- Mehdipour, Y., & Zerehkafi, H. (2013). Student Satisfaction at Osmania University. *International Journal of Advancements in Research & Technology*, 2(6), 233-240

- Napitupulu, D., Rahim, R., Abdullah, D., Setiawan, M. I., Abdillah, L. A., Ahmar, A. S., & Pranolo, A. (2018). Analysis of student satisfaction toward quality-of-service facility. In *Journal of Physics: Conference Series*, 954(1), 1-7.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction. *Journal of consumer research*, 16(3), 372-383.
- Osman, A. (2019). A Pragmatic Model Of Student Satisfaction: A Viewpoint Of Private Higher Education. *Quality Assurance in Education*, 27(2), 142–165.
- Owino, E. O. (2013). *The influence of service quality and corporate image on customer satisfaction among university students in Kenya*. PhD dissertation, KCA Univeristy.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Peprah, W. K. (2018). *International students’ satisfaction of ISO 9001 certified education: A basis for a preventive and corrective program*. In Abstract Proceedings International Scholars Conference, 6(1), 195-195.
- Pezeshki, R. E., Sabokro, M., & Jalilian, N. (2020). Developing customer satisfaction index in Iranian public higher education. *International Journal of Educational Management*, 34(7), 1093-1104
- Poon, J. (2019). Examining graduate built environment student satisfaction in the UK. What matters the most?, *International Journal of Construction Education and Research*, 15(3), 179-197
- Schniederjans, D., Schniederjans, M., & Levy, Y. (2012). Equity theory based strategies for students on overcoming problems in Ph.D. dissertation committees. *International Journal of Doctoral Studies*, 7, 221-234.
- Sultan, P., & Wong, H. Y. (2013). Antecedents and consequences of service quality in a higher education context. *Quality Assurance in Education*, 21(1), 70-95
- Swan, J. E., & Oliver, R. L. (1989). Postpurchase communications by consumers. *Journal of Retailing*, 65(4), 516.
- Teeroovengadam, V., Kamalanabhan, & Seebaluck, A. K. (2016). Measuring Service Quality In Higher Education Development Of A Hierarchical Model (HESQUAL). *Quality Assurance in Education*, 24(2), 244–258.
- Teeroovengadam, V., Nunkoo, R., Gronroos, C., Kamalanabhan, T. J., & Seebaluck, A. K. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty. *Quality Assurance in Education*, 27(4), 427-445.
- Weerasinghe, I. S., & Fernando, R. L. (2017). Students' satisfaction in higher education. *American Journal of Educational Research*, 5(5), 533-539.
- Wiers-Jenssen, J., Stensaker, B. and Groggaard, J.B. (2002). Student Satisfaction: towards an empirical deconstruction of the concept. *Quality in Higher Education*, 8(2), 183-195.

- Wilkins, S. and Balakrishnan, M.S. (2013). Assessing student satisfaction in transnational higher education. *International Journal of Educational Management*, 27(2), 143-156.
- Wu, C. H. J., Liao, H. C., Hung, K. P., & Ho, Y. H. (2012). Service guarantees in the hotel industry: Their effects on consumer risk and service quality perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 757-763.
- Zaimah, R., Hair, A. & Izzurazlia, , I (2014). Pendidikan rentas sempadan dan isu kepuasan terhadap sistem penyampaian perkhidmatan – Kajian kes pelajar antarabangsa di Universiti Kebangsaan Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(5), 96-106.
- Zakaria, N., Umar, R., Wan Deraman, W. H. A., & Abd Mutalib, S. S. S. (2016). Regression Analysis on Factors Influencing Students’ Satisfaction towards Program Courses. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(17), 1-5.