

KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN ADMINISTRASI AKADEMIK PADA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI BANJARMASIN

Padli⁽¹⁾, Agus Pebrianto⁽²⁾, Rustaniah⁽³⁾

⁽¹⁾padlipoliban@gmail.com, ⁽²⁾aguspebrianto@poliban.ac.id,

⁽³⁾rustaniah@poliban.ac.id

^(1,2,3) Pengajar Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

The goal of this research is to describe students need academic services during their study provided by administrative staff. Considering the huge numbers of universities, each universities should have their characteristics and competitiveness so that they could maintain their existence. Besides that they need to maintain their quality so that the students will be satisfied with the services provided, thus the vision and mission of the institution could be achieved. The purpose of this research is to know if quality service of academic administration staff at Business Administration Department POLIBAN has an impact to student satisfaction. The sample of this research comprised 200 POLIBAN students at Business Administration Department. The data of this research were collected during the 2018-2019 year. The analysis show that assurance is the only variable who has significant impact to student satisfaction.

Key word : service quality, administration staff, student satisfaction

A. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi sebagai penghasil ilmu pengetahuan perguruan tinggi perlu bersaing untuk menjamin kelangsungan hidup sehingga perlu adanya perubahan yang dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga dan promosi dari perguruan tinggi tersebut. Berdasarkan realita tersebut maka perguruan tinggi sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan harus berbenah dalam memberikan pelayanan agar memperoleh pengakuan masyarakat serta mampu bersaing.

Hill (1995), menyatakan bahwa pendidikan tinggi adalah industri jasa dimana kualitas layanan merupakan penentu dari keberhasilan lembaga pendidikan tinggi (Landrum, Prybutok & Zhang, 2007).

Agar perguruan tinggi dapat bersaing dalam iklim yang kompetitif saat ini, meningkatkan kualitas layanan adalah hal yang paling penting untuk dilakukan (Sandhu & Bala, 2011). Dalam pandangan ini, perguruan tinggi harus menilai kualitas layanan mereka karena kualitas layanan yang luar biasa dapat memberi mereka keunggulan kompetitif (Albretch, 1991). Jika perguruan tinggi mampu menyediakan layanan berkualitas yang memenuhi atau melebihi itu harapan mahasiswa, layanan mereka akan dievaluasi sebagai layanan berkualitas tinggi dan sebaliknya (Zammito et al, 1996).

Kepuasan siswa merupakan tantangan utama bagi perguruan tinggi. Lebih jauh Arambewela dan Hall (2009) menjelaskan bahwa kepuasan siswa merupakan sumber utama keunggulan kompetitif karena kepuasan siswa akan menciptakan retensi dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut yang positif oleh mahasiswa yang puas.

Abdullah (2006) menyatakan bahwa perguruan tinggi harus menggabungkan kepuasan mahasiswa sebagai komponen penting manajemen mereka di samping bisnis inti pengajaran mereka dan penelitian. Oleh karena itu, mahasiswa tidak dilihat sebagai peserta proses pendidikan tinggi tetapi sebagai pelanggan atau konsumen dari sebuah proses.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat dilihat dari perspektif konsumen berdasarkan pengalaman layanan yang telah mereka alami. Model ini tentang persepsi terhadap kualitas ini diperkenalkan oleh Zeithaml (1987) dan Zammuto et al (1996) yang mendefinisikan persepsi terhadap kualitas yang dirasakan oleh penilaian konsumen tentang suatu pengalaman atau keunggulan keseluruhan entitas. Persepsi terhadap kualitas yang dirasakan juga dilihat sebagai bentuk sikap yang berkaitan dengan kepuasan dan

hasil dari perbandingan harapan dengan persepsi kinerja (Rowley, 1996).

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1990), persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dihasilkan dari membandingkan harapan sebelum menerima layanan dan pengalaman layanan yang sebenarnya.

Di perguruan tinggi, kualitas layanan yang dirasakan dapat menjadi produk evaluasi yang meliputi pertemuan dengan staf administrasi, kemudahan untuk bertemu staf dosen, pustakawan dan keamanan. Jika perguruan tinggi mampu secara konsisten menyediakan layanan pada tingkat yang melebihi harapan pelanggan, layanan akan dievaluasi sebagai kualitas tinggi tetapi jika layanan gagal memenuhi harapan pelanggan, layanan akan dinilai sebagai kualitas buruk (Zammuto et al, 1996).

Di perguruan tinggi, kualitas layanan dianggap sebagai penentu utama dari kinerja pendidikan tinggi dan dalam pandangan ini, Zeithaml et al (1990) mengusulkan bahwa kualitas layanan didefinisikan sebagai kesesuaian dengan spesifikasi mahasiswa. Implikasinya adalah bahwa mahasiswa perguruan tinggi yang menentukan kualitas. Para siswa menentukan nilai layanan yang dirasakan atau kognitif berdasarkan pengalaman sebelumnya dengan layanan yang diharapkan mahasiswa, proses pengiriman layanan dan layanan output dari institusi pendidikan tinggi berdampak pada kualitas layanan yang dirasakan.

Dalam mengidentifikasi faktor-faktor penentu kualitas dalam layanan, perlu untuk membedakan antara kualitas yang terkait dengan proses penyampaian layanan dan kualitas yang terkait dengan hasil dari layanan yang dinilai oleh konsumen setelah layanan dilakukan (Gronroos, 1984).

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) mengidentifikasi sepuluh determinan kualitas layanan yang dapat digeneralisasikan ke semua jenis layanan. Sepuluh determinan tersebut adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, kredibilitas, keamanan, komunikasi dan pengertian. Sepuluh determinan ini adalah

Sepuluh faktor penentu ini dikelompokkan kembali oleh Parasuraman et al (1990) untuk membentuk lima dimensi yang terkenal dari model SERVQUAL yang meliputi adalah Tangibility, Assurance, Empati, Keandalan, dan Ketanggapan.

Penelitian sebelumnya tentang kualitas layanan di perguruan tinggi telah sering menekankan faktor akademik lebih dari faktor administrasi, serta berkonsentrasi pada kualitas

pengajaran (Athiyaman,1997). Namun Kamal dan Ramzi (2002) melihat sisi administrasi perguruan tinggi dengan mengukur persepsi siswa tentang pendaftaran dan saran akademik / karir serta berbagai layanan administrasi lainnya untuk memastikan kualitas pengajaran yang positif (Athiyaman, 1997).

Dimensi Kualitas Layanan / SERVQUAL

Cronin dan Taylor (1994) menyatakan bahwa pelanggan harus menjadi penentu dimensi kualitas layanan daripada manajemen staf akademik dari masing-masing institusi perguruan tinggi.

Parasuraman et al (1990) mengusulkan lima dimensi pelayanan kualitas sebagai berikut;

1. *Tangible* ; peralatan, fasilitas fisik dan penampilan personal
2. *Emphaty* ; memiliki kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan (siswa)
3. *Reliability* ; kemampuan untuk melakukan layanan yang diinginkan dapat diandalkan, akurat dan konsisten
4. *Responsiveness* ; Kemauan untuk memberikan layanan yang cepat dan membantu pelanggan
5. *Assurance* ; sopan santun, pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan kepercayaan

Gronroos (1988) juga mengidentifikasi enam kriteria persepsi yang termasuk dalam kualitas layanan;

1. *Attitudes and behaviour*; pelanggan melihat sifat baik karyawan bagian layanan yang asli, ramah dan peduli terhadap masalah mereka
2. *Reliability and trustworthiness*; pelanggan dapat mempercayai penyedia layanan untuk menepati janji dan bertindak demi kepentingan terbaik mereka.
3. *Access and flexibility* ; pelanggan merasa bahwa mereka memiliki akses yang mudah, tepat waktu dan bahwa penyedia layanan siap untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan mereka
4. *Professionalism and skills* ; pelanggan melihat penyedia layanan sebagai sumber informasi dan mampu memecahkan masalah mereka secara profesional
5. *Recovery* ; pelanggan tahu bahwa tindakan korektif langsung akan dilakukan diambil jika ada yang salah
6. *Reputation and credibility* ; pelanggan percaya bahwa *brand image* adalah singkatan dari kinerja yang baik dan nilai yang diterima

Kepuasan Mahasiswa

Menurut Hom (2002), peneliti menghadapi tantangan menciptakan definisi standar untuk konsep kepuasan mahasiswa dan karena itu ada kebutuhan untuk memodifikasi teori kepuasan pelanggan sehingga bisa menjelaskan arti kepuasan mahasiswa.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai keadaan yang dirasakan oleh seseorang yang telah memiliki pengalaman kinerja atau hasil yang memenuhi harapannya dan merasakan kinerja (Kotler & Clarice, 1987). Kepuasan juga didefinisikan oleh Malik, Denmark dan Usman (2010) sebagai kinerja yang disengaja yang menghasilkan kepuasan seseorang.

Konsep kepuasan dalam konteks pendidikan tinggi berfokus pada komunitas mahasiswa. Oliver and Desarbo (1989) menentukan kepuasan mahasiswa sebagai kelayakan penilaian subyektif mahasiswa dari berbagai sumber dan pengalaman yang berhubungan dengan pendidikan dan dibentuk terus menerus dan berulang dalam kehidupan kampus.

Sedangkan Anantha dkk (2012), kepuasan mahasiswa tidak terbatas pada kuliah di kelas atau bimbingan oleh tutor selama jam konsultasi tetapi mencakup pengalaman mahasiswa saat itu, seperti berinteraksi dengan staf non-akademik, fisik infrastruktur dan aspek non-akademik lainnya dari kehidupan kampus seperti partisipasi dalam kegiatan olahraga seperti sepakbola.

Pendidikan cenderung memperhatikan kepuasan mahasiswa karena dampaknya pada motivasi mahasiswa, perekrutan mahasiswa baru dan retensi mahasiswa yang ada.

Mahasiswa adalah pelanggan utama dari perguruan tinggi dan Ilias et al (2008) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa dibangun terus menerus dengan pengalaman di kampus selama studi mereka periode. Kepuasan mahasiswa sangat penting karena siswa yang puas bisa berakhir kembali ke institusi mereka sebelumnya untuk lebih jauh belajar atau mendaftar untuk pendidikan lanjutan (Helgesen & Nettet, 2007). Karena itu, perguruan tinggi harus melakukan upaya semaksimal untuk memenuhi dan melampaui harapan mereka mahasiswa untuk memastikan keberlangsungan operasi mereka (Anderson et al, 1994).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dengan metode kuantitatif ini dilaksanakan di Jurusan Administrasi Bisnis Polteknik Negeri Banjarmasin. Kuesioner dibagikan kepada 200 orang mahasiswa

menjadi sampel dalam penelitian ini. Dimana metode stratified sampling digunakan sebagai pengambilan sampel. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel dependen (kepuasan mahasiswa) dan variabel independen (Tangibel, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance). Data selanjutnya diolah secara deskriptif dan inferensial dengan menggunakan analisis regresi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan nilai signifikansi dari korelasi pearson dibawah 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ke seluruh variabel dalam penelitian ini lolos uji validitas atau item pertanyaan yang ada tepat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan administrasi akademik di Jurusan Administrasi Bisnis POLIBAN. Selain itu, tabel hasil uji validitas dan reliabilitas juga menunjukkan nilai alpha cronbach untuk variabel x (SERVQUAL) dan variabel y (kepuasan mahasiswa) lebih besar 0,6 yang berarti item pertanyaan dalam kuesioner sudah reliabel atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Penelitian	Indikator Variabel	Butir (item)	Koefisien Korelasi (r) Signifikan	Keputusan	Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X)	Tangibles (X ₁)	X1.1	0,591	Valid	0,673	Reliabel
		X1.2	0,701	Valid		
		X1.3	0,735	Valid		
		X1.4	0,718	Valid		
		X1.5	0,667	Valid		
		X1.6	0,628	Valid		
	Responsive nes (X ₂)	X2.1	0,833	Valid	0,826	Reliabel
		X2.2	0,852	Valid		
		X2.3	0,794	Valid		
	Reliability (X ₃)	X3.1	0,765	Valid	0,738	Reliabel
		X3.2	0,794	Valid		
		X3.3	0,71	Valid		
		X3.4	0,719	Valid		
		X3.5	0,703	Valid		
	Empathy (X ₄)	X4.1	0,733	Valid	0,794	Reliabel
X4.2		0,821	Valid			
X4.3		0,827	Valid			
Assurance (X ₆)	X5.1	0,924	Valid	0,874	Reliabel	
	X5.2	0,825	Valid			
Kepuasan Mahasiswa (Y)		Y1	0,721	Valid	0,754	Reliabel
		Y2	0,785	Valid		
		Y3	0,793	Valid		
		Y4	0,754	Valid		
		Y5	0,717	Valid		

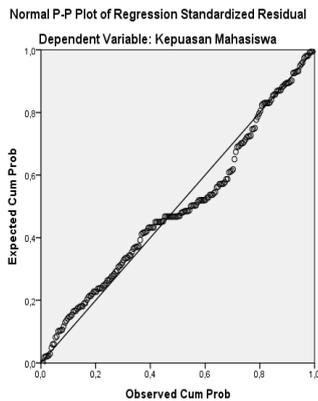
Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot. Tabel Normal P-Plot menunjukkan plot yang tersebar disekitar garis diagonal yang berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga dapat dilanjutkan untuk analisis regresi.

Tabel 2
Uji Multikolinearitas

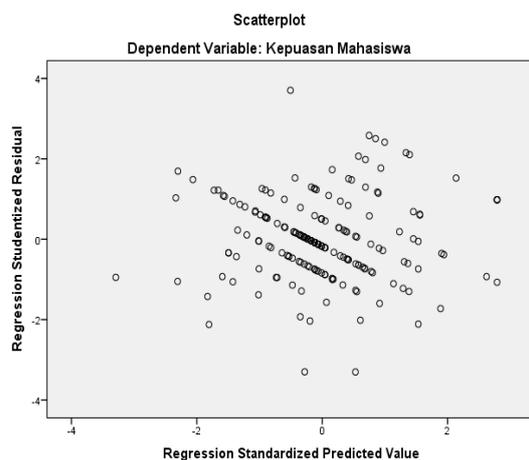
Model	VIF	Keterangan
Tangible (X1)	1,503	Bebas Multikolinieritas
Responsiveness (X2)	1,793	Bebas Multikolinieritas
Realibility (X3)	2,112	Bebas Multikolinieritas
Emphaty (X4)	1,795	Bebas Multikolinieritas
Assurance (X5)	1,533	Bebas Multikolinieritas

Grafik 1
Uji Nomalitas



Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Grafik scatter plot menunjukkan plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol, hal tersebut menunjukkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heterokdestisitas.

Grafik 2
Uji Heterokedastisitas



Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai VIF pada tabel coefficients. Nilai VIF untuk variabel x1 hingga x5 berturut-turut adalah 1.503, 1.793, 2.112, 1.795, 1.533 dimana keseluruhan nilai VIF tersebut dibawah 5 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel x (variabel independen) yang ada dalam penelitian ini.

Analisis Regresi

Tabel hasil analisis regresi menunjukkan nilai R sebesar 0,623 yang berarti hubungan antara variabel tangibel, responsiveness, reliability, emphaty dan assurance dengan kepasan mahasiswa adalah sedang. Selanjutnya nilai adjusted R square sebesar 0,373 menunjukkan bahwa 37,3% kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan akademik di Jurusan Administrasi Bisnis Sedangkan sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	sig
Kepuasan Mahasiswa (Y)	Tangible (X1)	0,066	1,144	0,254
	Responsiveness (X2)	0,188	1,957	0,052
	Realibility (X3)	0,131	1,762	0,080
	Emphaty (X4)	0,034	0,272	0,786
	Assurance (X5)	0,862	5,616	0,000
Konstanta = 4,793				
R = 0,623				
R square = 0,389				
Adj. R square = 0,373				
F hitung = 24,657				
Sig. F = 0,000				

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi, persamaan regresi yang dibentuk dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 4,793 + 0.066 X1 + 0.188 X2 + 0.131 X3 + 0.034 X4 + 0.862 X5 + e$$

Penjelasan terhadap persamaan tersebut sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 4,793 berarti bahwa tanpa adanya pengaruh antara variabel *tangibel*, *responsiveness*, *reliability*, *emphaty* dan *assurance* maka kepuasan mahasiswa Jurusan Admnistrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin adalah sebesar 4,793
2. Koefisien regresi variabel *tangibel* (X1) sebesar 0,066 berarti setiap kenaikan satu poin variabel *tangibel* akan meningkatkan kepuasan mahasiswa mahasiswa Jurusan Admnistrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin adalah sebesar 0.066 poin
3. Koefisien regresi variabel *responsiveness* (X2) sebesar 0.188 berarti setiap kenaikan satu poin variabel *responsiveness* akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Admnistrasi Bisnis Politeknik

- Negeri Banjarmasin adalah sebesar 0.188 poin
4. Koefisien regresi variabel *reliability* (X3) sebesar 0.131 berarti setiap kenaikan satu poin variabel *reliability* akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin adalah sebesar 0.131 poin
 5. Koefisien regresi variabel *emphaty* (X4) sebesar 0.034 berarti setiap kenaikan satu poin variabel *emphaty* akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin sebesar 0.034 poin
 6. Koefisien regresi variabel *assurance* (X5) sebesar 0,862 berarti setiap kenaikan satu poin variabel variabel *assurance* akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin adalah sebesar 0.862 poin

Uji Hipotesis

Uji F menunjukkan nilai F sebesar 24,657 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tangibel, responsiveness, reliability, emphaty dan assurance secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin

Sedangkan uji t (tabel 4) menunjukkan bahwa secara parsial hanya ada satu variabel saja yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jurusan Administras Bisnis POLIBAN yaitu variabel promosi dan kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Sehingga persamaan akhirnya dapat ditulis sbb:

$$Y = 4,793 + 0.862 X5$$

Hasil persamaan diatas juga menunjukkan bahwa variabel X5 (assurance) memiliki pengaruh dominan dalam menentukan kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin

E. PENUTUP Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel SERVQUAL (tangibel, responsiveness, reliability, emphaty dan assurance) memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Sedangkan secara parsial hanya variabel assurance saja yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Hal ini berarti sangat penting bagi

karyawan bagian administrasi untuk memberikan jaminan bahwa permintaan mahasiswa akan segera diproses/dikerjakan baik dari segi ketepatan waktu maupun keakuratan. Karena hal-hal tersebutlah yang paling dianggap penting oleh mahasiswa contohnya seperti pencetakan KHS, penerbitan surat magang dan lain sebagainya.

Saran

Jurusan Administrasi Bisnis pada Politeknik Negeri Banjarmasin hendaknya dapat menangani keluhan mahasiswa baik dari segi sarana dan prasarana, kualitas pengajaran maupun pelayanan bagian administrasi akademik karena pada akhirnya seluruh faktor ini secara bersama-sama akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa selama menempuh proses belajar di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Banjarmasin.

F. DAFTAR PUSTAKA

1. Abdullah, F. (2006). Measuring Service Quality in Higher education. HEDPERF versus SERVPERF. Marketing Intelligence & Planning, 24 (1), 31 – 47.
2. Albrecht, K. (1991). Total Quality Service. Executive Excellence, July, 18 – 19
3. Anantha, R. A. A., & Abdul Ghani, A. (2012). Service Quality and Students' satisfaction at Higher Learning Institutions. A case study of Malaysian University Competitiveness. International journal of Management and Strategy. 3(5), 1 – 16.
4. Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehman, D. R. (1994). Customer satisfaction, Market share and profitability. Findings from Sweden. Journal and Marketing, 58, 53 – 66
5. Arambewela, H. & Hall, J. (2009). An Empirical Model of International Student Satisfaction. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 21(4), 555 – 569.
6. Athiyaman, A. (1997). Linking student satisfaction and service quality perceptions. The case of university education. European journal of marketing 3, (7/8), 528 – 540
7. Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implication. European journal of marketing. 18(4), 36 – 44.
8. Helgesen, O. & Nettet, E. (2007). What accounts for students loyalty? Some field study evidence. International Journal of Educational Management, 21 (2), 126 – 143
9. Hill, F. (1995). Managing Service Quality in Higher Education: The role of the student as primary consumer. Quality Assurance in Education, 3(3), 10 – 21.
10. Ilias, A., Hassan, H.F.A., Rahman, R. A., & Yasoa, Mr. R. (2008). Student satisfaction

- and service quality: Any difference in Demographic factors? *International Business Research*, 1 (4), 131 – 143
11. Kotler, P. & Clarke, R. N. (1987). *Marketing for Healthcare organizations*, Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
 12. Landrum, H. Prybutok, V. R. & Zhana, Z. (2007). A comparison of Magal's service quality instrument with SERVPERF. *Information of Management*, 44, 104 – 113.
 13. Malik, M. E., Danish, R. Q. & Usman, A. (2010). The impact of service quality on student's satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab. *Journal of Management Research* 2(2), 1 – 11.
 14. Oliver, R. L., & Desarbo, W.S. (1989). Processing of the satisfaction response in consumption. A suggested framework and research proposition. *Journal of consumer satisfaction, Dissatisfaction and complaining Behaviour*. 2, 1 – 16.
 15. Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, I. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52, 35 – 48.
 16. Parasuraman, A. Zeithaml, V. A & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing* 49, 41 – 50.
 17. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1990). Five imperatives for improving service quality. *Sloan*
 18. Rowley, J. (2003). Designing student feedback questionnaires. *Quality Assurance in Education* 11(3), 142 – 149.
 19. Rowley, J. E. (1996). Customer compatibility management. An alternative perspective on student to student support in higher education. *International journal of educational management*, 10(4), 15 – 20.
 20. Zammuto, R. F., Keaveneu, S. M. & O'Connor, E. J. (1996). Rethinking student semas: Assessing and improving service quality. *Journal of Marketing in Higher Education*, 7(1), 45 – 69
 21. Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service; Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.