

## **PERBANDINGAN INSTRUMEN KUANTITATIF UNTUK MENGUKUR KUALITAS LAYANAN**

Mirwan Surya Perdhana, Rizal Hari Magnadi, I Made Bayu Dirgantara, Erman Denny Arfinto

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

[mirwan@live.undip.ac.id](mailto:mirwan@live.undip.ac.id)

Received 5 Mei 2017

Received in revised from 20 Mei 2017

Accepted 29 Juni 2017

### **ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau kembali instrumen-instrumen kuantitatif yang dapat digunakan peneliti untuk mengukur kualitas layanan. Pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan layanan penyedia database akademik terkait instrumen pengukuran kualitas layanan yang tersedia bagi berbagai sektor. Pencarian literatur berfokus terhadap instrumen yang dapat dilakukan untuk mengkuantifikasi instrumen yang memiliki rekam jejak penggunaan di organisasi. Untuk setiap instrumen, penelitian ini melakukan perbandingan kritis terhadap dimensi kualitas layanan, skala pengukuran yang digunakan, contoh penerapan, serta keunggulan dan kekurangannya. Terdapat beberapa alternatif instrumen untuk mengukur kualitas layanan yang dapat dipakai oleh peneliti, dengan atau tanpa melakukan modifikasi terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Pemilihan kuesioner mana yang akan digunakan dapat diputuskan oleh peneliti/tim peneliti atau berdasarkan dari tujuan penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Instrumen Pengukuran

### **Pendahuluan**

Kualitas layanan telah menjadi topik penting dalam kaitannya dengan profitabilitas, penghematan biaya dan *market share* (Buzzell & Gale, 1987; Merkert & Assaf, 2015; Talluri, Kim, & Schoenherr, 2013). Seiring dengan penguatan perekonomian Indonesia, serta proyeksi bahwa Indonesia akan masuk menjadi salah satu perekonomian terbesar dunia (Oberman, Dobbs, Budiman, Thompson, & Rosse, 2012), perusahaan-perusahaan di Indonesia perlu untuk memberikan perhatian khusus terhadap pentingnya penyediaan layanan yang

berkualitas. Hal ini mutlak diperlukan, karena tersedianya layanan yang berkualitas akan berakibat positif terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas dan niat beli ulang (Demirci Orel & Kara, 2014; Kitapci, Akdogan, & Dortyol, 2014).

Menurut Berry (1980), layanan merupakan sesuatu yang erat kaitannya dengan perilaku, dan dijabarkan sebagai sebuah bentuk perbuatan, tindakan, atau kinerja. Pengukuran kualitas layanan haruslah melibatkan semua fitur klasik dalam sebuah layanan (Hill, 1995). Layanan adalah sesuatu yang tidak berwujud,

heterogen, dan tidak dapat disimpan(Hilton, 2016).

Dalam konteks layanan, kualitas dapat didefinisikan sebagai “pengukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen” (Lewis & Booms, 1983, h. 100). Peneliti lain juga menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan merefleksikan opini dari pelanggan terkait superioritas atau keunggulan global dari sebuah produk atau jasa (Zeithaml, 1988). Dalam bisnis, kesuksesan sebuah organisasi sangat bergantung dengan seberapa baik persepsi pelanggan terhadap kualitas dari layanan yang diberikan, karena akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan(Donabedian, 1966).

Walaupun telah timbul kesadaran akan pentingnya kualitas layanan, mendefinisikan makna ‘kualitas’ sendiri sangatlah sulit. Hal ini berdampak pada sulitnya menentukan metode pengukuran yang tepat untuk mengukur kualitas layanan. Beberapa studi penting di area manajemen pemasaran tahun 1980-an banyak menekankan pentingnya konseptualisasi dan pengukuran konstruk kualitas layanan(Grönroos, 1984; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, 1988). Dari beberapa studi tersebut,Parasuraman et al. (1988) memperkenalkan dimensi SERVQUAL guna mengukur persepsi terhadap kualitas layanan. Instrumen pengukuran ini terbukti cukup populer digunakan oleh para peneliti karena mudah digunakan dan dapat diaplikasikan di beragam sektor jasa. Dalam dekade pertama sejak instrumen tersebut diperkenalkan, SERVQUAL dipandang sebagai instrumen yang paling

lengkap dalam mengkonseptualisasikan dan mengukur kualitas layanan (Nyeck, Morales, Ladhari, & Pons, 2002).

Seiring berjalannya waktu, penerimaan SERVQUAL sebagai instrumen “standar” guna mengukur kualitas layanan mulai dipertanyakan. Berbeda dengan Parasuraman et al. (1988) yang menyatakan bahwa kualitas layanan haruslah diukur dengan membandingkan persepsi terhadap kinerja dengan ekspektasi terhadap kinerja; Cronin & Taylor (1992) berpendapat bahwa kualitas haruslah diukur dari persepsi terhadap kinerja saja. Hal ini dikarenakan ekspektasi pelanggan merupakan sesuatu hal yang tidak relevan dan dapat menghasilkan informasi yang menyesatkan (Cronin & Taylor, 1992). Perdebatan inilah yang kemudian melahirkan dua paradigma dalam pengukuran kualitas layanan, serta mengakibatkan munculnya konsep dan instrumen baru dalam mengukur kualitas layanan (Brown, Churchill Jr., & Peter, 1993; Cronin & Taylor, 1992; Haywood Farmer, 1988; Iacobucci, Grayson, & Ostrom, 1994).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan tinjauan terhadap instrumen-instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Tinjauan ini sangat diperlukan, guna memberikan pilihan kepada peneliti terkait instrumen yang paling cocok diterapkan dalam penelitian di era sekarang. Dalam penelitian ini, beberapa instrumen pengukuran kualitas layanan akan dikritisi dan dibandingkan.

### **Telaah Pustaka**

MenurutParasuraman et al. (1988), kualitas layanan merupakan hasil perbandingan

antara ekspektasi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan yang telah diberikan. Sehingga, kualitas layanan dapat diartikan sebagai perbedaan antara persepsi dan ekspektasi konsumen. Dalam penelitiannya, Parasuraman et al. (1988) awalnya menggunakan 10 dimensi yang dijabarkan menjadi 97 indikator. Setelah dilakukan analisis, didapatkan 5 dimensi akhir yaitu: *reliability*, *presence of tangible elements*, *confidence*, *helpfulness* dan *empathy*. Lima dimensi ini direpresentasikan dengan 22 indikator. Masing-masing indikator kemudian dibagi lagi menjadi dua; satu indikator untuk mengukur persepsi dan indikator lainnya digunakan untuk mengukur ekspektasi.

Instrumen akhir ini telah diuji di 5 sektor usaha yaitu perbaikan dan perawatan peralatan elektronik, perbankan, telepon jarak jauh, kartu kredit dan jasa penjualan. Parasuraman et al. (1988) menyimpulkan bahwa instrumen SERVQUAL dapat digunakan secara luas di berbagai industri yang bergerak di bidang pelayanan dan distribusi. Berbagai penelitian menggunakan dimensi SERVQUAL juga telah diterapkan di sektor lain seperti sektor kesehatan (E Babakus & Mangold, 1992), perbankan (Brown et al., 1993), makanan cepat saji (Lee & Ulgado, 1997), jasa profesional (Freeman & Dart, 1993), perdagangan ritel (Gagliano & Hathcote, 1994), dan periklanan (Quester, Wilkinson, & Romaniuk, 1995).

Hanya saja, instrumen pengukuran ini mulai diperdebatkan keakuratannya. Banyak penelitian yang tidak menyebutkan secara detail apakah semua dimensi SERVQUAL beserta semua indikatornya

digunakan dalam perhitungan pengukuran kualitas layanan. Hal ini menimbulkan pertanyaan terkait dengan validitas dari instrumen SERVQUAL. Beberapa penelitian telah melakukan perbandingan terhadap hasil penelitian terdahulu yang menggunakan SERVQUAL (Asubonteng, McCleary, & Swan, 1996; Buttle, 1996; Kettinger & Lee, 1994) yang menyimpulkan terdapat permasalahan di tataran konseptual dan operasional dari instrumen tersebut.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ditemukan dalam instrumen pengukuran SERVQUAL, instrumen pengukuran kualitas layanan lainnya, SERVPERF, diperkenalkan oleh Cronin & Taylor (1992). SERVPERF merupakan varian dari SERVQUAL, hanya saja, SERVPERF hanya menggunakan komponen persepsi akan kualitas layanan saja. Instrumen SERVPERF terbukti dapat menjelaskan lebih banyak varians dalam pengukuran kualitas layanan dibandingkan dengan SERVQUAL. Namun demikian, penggunaan SERVPERF terbukti kurang populer dibandingkan dengan SERVQUAL. Lebih banyak peneliti yang memilih menggunakan instrumen SERVQUAL terutama ketika diterapkan di industri penyedia jasa (co: Anderson, 1995; Hill, 1995; Sohail & Shaikh, 2004; Tan & Kek, 2004).

Dalam perjalanannya, instrumen pengukuran kualitas layanan mengalami perkembangan. Abdullah (2006) memperkenalkan instrumen HEDPERF untuk mengukur kualitas layanan di bidang pendidikan. Instrumen HEDPERF terdiri dari 41 indikator, dan dibuat dengan tujuan untuk mengukur secara menyeluruh kualitas layanan di sektor pendidikan

tinggi. HEdPERF tidak hanya menekankan pada komponen akademik semata, akan tetapi lingkungan pelayanan akademik secara keseluruhan sebagaimana yang dirasakan oleh para mahasiswa. Abdullah (2006) menggunakan dimensi kualitas layanan sebagai berikut:

- (1) Aspek non-akademis, yaitu hal-hal yang penting guna mendukung pemenuhan kewajiban belajar mahasiswa, dan mengkaitkannya dengan tugas yang dilakukan oleh staf non-akademik
- (2) Aspek akademis. Kewajiban akademik.
- (3) Reputasi. Gambaran profesionalitas dari institusi akademik
- (4) Akses. Termasuk didalamnya kemudahan kontak, kenyamanan, ketersediaan dan *approachability* / kemudahan untuk didekati.
- (5) Program. Pentingnya menyediakan berbagai macam pilihan program / spesialisasi yang berkualitas dan fleksibel, serta ketersediaan pelayanan kesehatan.

Kemunculan HEdPERF memperlihatkan kebutuhan akan pengukuran kualitas layanan dalam sektor pendidikan tinggi. Berbeda dengan SERVQUAL atau SERVPERF, HEdPERF dirancang lebih khusus dan spesifik guna mendapatkan hasil pengukuran yang spesifik di industri tertentu. Dari segi reliabilitas dan validitas, instrumen HEdPERF terbukti lebih unggul dibandingkan dengan SERVPERF (Abdullah, 2006a).

Guna mengukur kualitas layanan di industri perbankan, Avkiran (1994) mengemukakan instrumen pengukuran yang terdiri 6 dimensi (*responsiveness, empathy, staff conduct,*

*access, communication dan reliability*) dan 27 indikator. Guna mengukur kualitas layanan bank, diperlukan instrumen khusus yang lebih spesifik dan mudah dipahami oleh responden. Walaupun instrumen SERVQUAL dari Parasuraman juga telah diuji di sektor perbankan, Avkiran (1994) mempermasalahkan konsep SERVQUAL yang membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Dalam penerapannya, sangatlah susah bagi pelanggan untuk membuat ekspektasi sebelum menerima layanan, dan mempersepsikannya setelah layanan selesai diberikan. Alasan lainnya, SERVQUAL dipandang sebagai instrumen yang menggunakan pernyataan negatif. Terdapat kontroversi seputar penggunaan pernyataan negatif, dimana peneliti seperti Churchill (1979, h. 68) dan Likert (1932) sangat menyarankan penggunaannya guna mengurangi bias persetujuan. Namun, sebagian peneliti lain (Babakus & Boller, 1992; Lewis & Mitchell, 1990) menyarankan agar pernyataan negatif dihilangkan karena sulit dipahami, dapat memantik konotasi negatif dan dapat mempengaruhi validitas instrumen tersebut. Instrumen dari Avkiran (1994) merupakan sebuah upaya untuk menyempurnakan instrumen pengukuran kualitas layanan di sektor perbankan.

Instrumen lain terkait pengukuran kualitas layanan juga diajukan oleh Dabholkar, Thorpe, & Rentz (1996). Mereka berpendapat bahwa diperlukan sebuah instrumen khusus untuk mengukur kualitas layanan di toko ritel (toko yang menjual barang sekaligus jasa). Setelah melakukan analisis faktor konfirmatori dengan disagegrasi parsial, didapatkan 6 dimensi yaitu: aspek fisik, reliabilitas, interaksi

personal, pemecahan masalah dan kebijakan. Total item pertanyaan final berjumlah 28 item, dan instrumen ini dinamakan dengan *Retail Service Quality Scale* (Dabholkar et al., 1996).

Di sektor layanan restoran, Stevens, Knutson, & Patton (1995) memperkenalkan DINESERV, sebuah instrumen berisi 29 indikator hasil modifikasi SERVQUAL. Instrumen ini dibuat atas dasar sulitnya mengukur kualitas layanan restoran, karena seperti halnya toko ritel, restoran juga menawarkan produk sekaligus jasa. Hasil pengujian reliabilitas dari DINESERV cukup baik, dengan hasil *cronbach alpha* 6.0 bagi keseluruhan dimensi.

Perkembangan pentingnya pengukuran kualitas layanan ternyata tidak berhenti di sektor bisnis saja. Papadomichelaki & Mentzas (2012) mengembangkan e-GovQual guna mengukur kualitas pelayanan *e-government*. Seiring perkembangan jaman dan teknologi, diharapkan masyarakat akan tertarik untuk bertransaksi melalui jejaring. Instrumen e-GovQual dimaksudkan untuk mengembangkan pelayanan daring yang berkualitas sehingga masyarakat beralih dari layanan fisik. Instrumen ini terdiri dari 21 pertanyaan dari empat dimensi, yaitu efisiensi, kepercayaan, reliabilitas dan dukungan masyarakat. Hasil pengujian

statistik menunjukkan bahwa instrumen e-GovQual sangat reliabel dengan nilai *cronbach alpha* 0.880, 0.855, 0.938 dan 0.804 untuk dimensi efisiensi, reliabilitas, dukungan masyarakat, dan kepercayaan. Nilai inimelebihi standar minimal 0,7 yang disarankan oleh Nunnally & Bernstein (1994).

Contoh penerapan penilaian kualitas layanan di sektor transportasi publik dapat dicermati dari penelitian Felleson & Friman (2008). Berdasarkan latar belakang sulitnya menerapkan instrumen SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) di sektor transportasi publik, Felleson dan Friman (2008) menyusun 17 item pertanyaan pengukuran kualitas layanan transportasi publik. Instrumen SERVQUAL didesain berdasarkan karakteristik industri yang didominasi oleh interaksi personal antara pelanggan dengan pegawai yang menawarkan jasa. Di sektor layanan transportasi publik, pelayanan pegawai bukanlah satu-satunya penentu kualitas layanan. Kualitas layanan di sektor tersebut sangat bergantung pada sistem-sistem teknis dan artefak fisik. Studi yang dilakukan Friman, Edvardsson, & Gärling (2001) menunjukkan bahwa wujud (*tangibles*) dan sistem teknis merupakan fitur utama dalam kaitannya dengan pengalaman seseorang terhadap sebuah jasa.

**Tabel 1. Berbagai Instrumen Pengukuran Kualitas Layanan**

Nama dan Referensi	Dimensi	Jumlah item	Kelebihan	Komentar
SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)	(1) <i>Reliability</i> (2) <i>Presence of tangible elements</i>	22x2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sederhana</li> <li>• Mudah diaplikasikan</li> <li>• Mengukur</li> </ul>	Perlu dimodifikasi apabila akan diterapkan di sektor lain.

Nama dan Referensi	Dimensi	Jumlah item	Kelebihan	Komentar
	(3) <i>confidence</i> , (4) <i>helpfulness</i> (5) <i>empathy</i>		kualitas layanan dari dua perspektif	Permasalahan operasional
SERVPERF, Cronin & Taylor (1994)	(1) <i>Reliability</i> (2) <i>Presence of tangible elements</i> (3) <i>confidence</i> , (4) <i>helpfulness</i> (5) <i>empathy</i>	22	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sederhana</li> <li>• Mudah diaplikasikan</li> </ul>	Hanya mengukur persepsi kinerja
HEdPERF Abdullah (2006a)	(1) <i>Non-academic aspects</i> (2) <i>Academic aspects</i> (3) <i>Reputation</i> . (4) <i>Access</i> (5) <i>Programme issues</i>	41	Dibuat khusus untuk mengukur layanan penyedia pendidikan tinggi	Penerapan di sektor lain perlu kajian lebih mendalam
Avkiran (1994)	(1) <i>Responsiveness</i> (2) <i>Empathy</i> (3) <i>Staff conduct</i> (4) <i>Access</i> (5) <i>Communication dan reliability</i>	27	Dibuat khusus untuk mengukur kualitas layanan perbankan	Pengembangan dari SERVQUAL
<i>Retail Service Quality Scale</i> , Dabholkar et al. (1996).	(1) <i>Aspek fisik</i> (2) <i>Reliabilitas</i> (3) <i>Interaksi personal</i> (4) <i>Pemecahan masalah</i> (5) <i>Kebijakan</i>	28	Dibuat khusus untuk mengukur kualitas layanan toko ritel	Pengembangan dari SERVQUAL
DINESERV, Stevens et al. (1995)	(1) <i>Reliability</i> (2) <i>Presence of tangible elements</i> (3) <i>confidence</i> , (4) <i>helpfulness</i> (5) <i>empathy</i>	29	Dibuat khusus untuk mengukur kualitas layanan restoran	Pengembangan dari SERVQUAL
Papadomichelaki dan Mentzas (2012) mengembangkan e-GovQual	Efisiensi Kepercayaan, reliabilitas dan dukungan masyarakat	21	Dibuat khusus untuk mengukur kualitas layanan e-government  Reliabilitas yang baik	<i>Robustness</i> dari instrumen ini perlu diuji lebih lanjut mengingat sedikitnya studi terkait dengan pengukuran kualitas e-government
Fellessen & Friman (2008)	Comfort Reliability Safety Staff	17	Melibatkan dimensi baru yaitu kenyamanan dan staff	Perlu diuji lebih lanjut karena terdapat perbedaan hasil reliabilitas dan validitas ketika diterapkan di industri serupa di negara lain.

### Kesimpulan

Dalam perkembangannya, pengukuran kualitas layanan telah mengalami evolusi yang cukup pesat. Studi yang diprakarsai oleh Parasuraman et al. (1988)

memberikan kontribusi di area pemasaran jasa terkait pentingnya mengukur kualitas layanan. Akan tetapi, peneliti-peneliti berikutnya mulai menemukan kekurangan dan kelemahan dari instrumen

SERVQUAL, dan mulai mengembangkan instrumen-instrumen baru untuk mengembangkan ataupun menggantikan SERVQUAL.

Penelitian ini telah menyajikan beberapa instrumen alternatif yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Terlihat bahwa instrumen SERVQUAL tidak selalu dapat diterapkan di setiap sektor industri. Terdapat karakteristik yang berbeda di tiap sektor industri, dimana sebagian sektor mengandalkan hanya kepada interaksi antara pelanggan dan staf yang memberikan pelayanan, sementara industri lain selain bergantung pada pelayanan juga bergantung pada produk yang ditawarkan (co: hotel, restoran, transportasi, toko ritel) maupun aspek tangible lainnya (co: universitas).

Dalam mengukur kualitas layanan, penelitian selanjutnya dapat memilih instrumen yang spesifik sesuai dengan jenis perusahaan atau industri yang diteliti. Guna menyempurnakan pengukuran kualitas layanan di berbagai sektor, diperlukan pengujian-pengujian lanjutan terhadap instrumen-instrumen pengukuran kualitas layanan. Bagi peneliti yang tetap ingin menggunakan instrumen dari pemrakarsa konsep pengukuran kualitas layanan (co: Parasuraman et al., 1988; Cronin dan Taylor, 1992), diharapkan dapat menambahkan item-item lain agar sesuai dengan sektor yang ingin diteliti.

## Referensi

Abdullah, F. (2006a). Measuring service quality in higher education: three instruments compared. *International Journal of Research & Method in Education*, 29(1), 71–89.

<https://doi.org/10.1080/01406720500537445>

Abdullah, F. (2006b). The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector. *International Journal of Consumer Studies*, 30(6), 569–581.

<https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00480.x>

Anderson, E. (1995). High tech v. high touch: a case study of TQM implementation in higher education. *Managing Service Quality: An International Journal*, 5(2), 48–56. <https://doi.org/10.1108/09604529510083576>

Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62–81. <https://doi.org/10.1108/08876049610148602>

Avkiran, N. K. (1994). Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality in Branch Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 12(6), 10–18. <https://doi.org/10.1108/02652329410063223>

Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research*, 24(3), 253–268. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4)

Babakus, E., & Mangold, W. G. (1992). Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: an empirical investigation. *Health Services*

- Research*, 26(6), 767–786. Retrieved from  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1069855/>
- Berry, L. L. (1980). Service quality is different. *Business*, 30, 24–29.
- Brown, T. J., Churchill Jr., G. A., & Peter, J. P. (1993). Improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127–139. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80006-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80006-5)
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8–32. <https://doi.org/10.1108/03090569610105762>
- Buzzell, R. D., & Gale, B. T. (1987). *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance*. New York: The Free Press.
- Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64–73. <https://doi.org/10.2307/3150876>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(3), 3–16.
- Demirci Orel, F., & Kara, A. (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 118–129. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.07.002>
- Donabedian, A. (1966). Evaluating the quality of medical care. *Milbank Memorial Fund Quarterly*, 44, 166–206.
- Fellesson, M., & Friman, M. (2008). Perceived Satisfaction with Public Transport Service in Nine European Cities. *Journal of the Transportation Research Forum*, 47(3), 930103.
- Freeman, K. D., & Dart, J. (1993). Measuring the Perceived Quality of Professional Business Services. *Journal of Professional Services Marketing*, 9(1), 27–47. [https://doi.org/10.1300/J090v09n01\\_04](https://doi.org/10.1300/J090v09n01_04)
- Friman, M., Edvardsson, B., & Gärling, T. (2001). Frequency of negative critical incidents and satisfaction with public transport services. I. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(2), 95–104. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0969-6989\(00\)00003-5](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00003-5)
- Gagliano, K. B., & Hathcote, J. (1994). Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Retail Apparel Specialty Stores. *Journal of Services Marketing*, 8(1), 60–69. <https://doi.org/10.1108/08876049410053311>
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of*



- Marketing*, 18(4), 36–44.  
<https://doi.org/10.1108/EUM000000000004784>
- Haywood Farmer, J. (1988). A Conceptual Model of Service Quality. *International Journal of Operations & Production Management*, 8(6), 19–29. <https://doi.org/10.1108/eb054839>
- Hill, F. M. (1995). Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education*, 3(3), 10–21.  
<https://doi.org/10.1108/09684889510093497>
- Hilton, T. (2016). Services Marketing. In M. J. Baker & S. Hart (Eds.), *The Marketing Book*. London: Routledge.
- Iacobucci, D., Grayson, K., & Ostrom, A. (1994). The calculus of service quality and customer satisfaction: Theoretical and empirical differentiation and integration. In T. A. Swartz, D. E. Bowen, & S. W. Brown (Eds.), *Advances in services marketing and management: Research and practice* (pp. 1–67). Greenwich:CT: JAI.
- Kettinger, W. J., & Lee, C. C. (1994). Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function\*. *Decision Sciences*, 25(5–6), 737–766.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1994.tb01868.x>
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Dortyol, . T. (2014). The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia* - *Social and Behavioral Sciences*, 148, 161–169.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.030>
- Lee, M., & Ulgado, F. M. (1997). Consumer evaluations of fast food services: a cross national comparison. *Journal of Services Marketing*, 11(1), 39–52.  
<https://doi.org/10.1108/08876049710158358>
- Lewis, B. R., & Mitchell, V. W. (1990). Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence & Planning*, 8(6), 11–17.  
<https://doi.org/10.1108/EUM000000000001086>
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging Perspectives on Services Marketing* (pp. 99–107). Chicago, IL: American Marketing Association.
- Likert, R. (1932). A Technique for Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140.
- Merkert, R., & Assaf, A. G. (2015). Using DEA models to jointly estimate service quality perception and profitability – Evidence from international airports. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 75, 42–50.  
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2015.03.008>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nyeck, S., Morales, M., Ladhari, R., &

- Pons, F. (2002). 10 years of service quality measurement: Reviewing the use of the SERVQUAL instrument. *Cuadernos de Diffusion*, 7(13), 101–107.
- Oberman, R., Dobbs, R., Budiman, A., Thompson, F., & Rosse, M. (2012). *The Archipelago Economy: Unleashing Indonesia's Potential*.
- Papadomichelaki, X., & Mentzas, G. (2012). e-GovQual: A multiple-item scale for assessing e-government service quality. *Government Information Quarterly*, 29(1), 98–109.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2011.08.011>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.  
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- 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.
- Quester, P., Wilkinson, J. W., & Romaniuk, S. (1995). “quality measurement scales: the case of the Australian advertising industry (No. 39). Nantes.
- Sohail, M. S., & Shaikh, N. M. (2004). Quest for excellence in business education: a study of student impressions of service quality. *International Journal of Educational Management*, 18(1), 58–65.  
<https://doi.org/10.1108/09513540410512163>
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). Dineserv: A tool for measuring service quality in restaurants. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 5–60.  
[https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0010-8804\(95\)93844-K](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0010-8804(95)93844-K)
- Talluri, S., Kim, M. K., & Schoenherr, T. (2013). The relationship between operating efficiency and service quality: are they compatible? *International Journal of Production Research*, 51(8), 2548–2567.  
<https://doi.org/10.1080/00207543.2012.737946>
- Tan, K. C., & Kek, S. W. (2004). Service quality in Higher Education using an enhanced SERVQUAL approach. *Quality in Higher Education*, 10(1), 17–24.  
<https://doi.org/10.1080/135383224200195032>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.  
<https://doi.org/10.2307/1251446>