

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI  
PERKHIDMATAN : KAJIAN KES DI JABATAN BENDAHARI  
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA**

Oleh :

**MAZIDAH BINTI SAMSUDIN**



**UUM**  
**Universiti Utara Malaysia**

**Kertas Penyelidikan ini diserahkan kepada  
Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan  
Universiti Utara Malaysia  
Bagi memenuhi pengijazahan Sarjana Sains (Pengurusan)**



**Pusat Pengajian Pengurusan  
Perniagaan**

SCHOOL OF BUSINESS MANAGEMENT

**Universiti Utara Malaysia**

**PERAKUAN KERJA KERTAS PENYELIDIKAN**  
*(Certification of Research Paper)*

Saya, mengaku bertandatangan, memperakukan bahawa  
*(I, the undersigned, certified that)*

**MAZIDAH BINTI SAMSUDIN (814274)**

Calon untuk Ijazah Sarjana

*(Candidate for the degree of)*

**MASTER OF SCIENCE (MANAGEMENT)**

telah mengemukakan kertas penyelidikan yang bertajuk  
*(has presented his/her research paper of the following title)*

**TAHAP KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITI PERKHIDMATAN:KAJIAN KES DI JABATAN  
BENDAHARI UNIVERSITI UTARA MALAYSIA**

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas penyelidikan  
*(as it appears on the title page and front cover of the research paper)*

Bahawa kertas penyelidikan tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu  
dengan memuaskan.

*(that the research paper acceptable in the form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered  
by the research paper).*

Nama Penyelia Pertama : **DR. FADZLI SHAH ABD AZIZ**  
*(Name of 1<sup>st</sup> Supervisor)*

Tandatangan :  
*(Signature)*

Nama Penyelia Kedua : **DR. ROSLI MOHD SAAD**  
*(Name of 2<sup>nd</sup> Supervisor)*

Tandatangan :  
*(Signature)*

Tarikh : **28 JUN 2015**  
*(Date)*

## **KEBENARAN MERUJUK**

Kertas penyelidikan ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat pengijazahan Sarjana Sains (Pengurusan), Universiti Utara Malaysia (UUM). Saya bersetuju membenarkan pihak Perpustakaan Sultanah Bahiyah, UUM untuk memaparkan kertas ini sebagai bahan rujukan umum. Saya bersetuju untuk membenarkan sebarang bentuk salinan sama ada semua atau sebahagian daripada kertas projek ini adalah untuk tujuan akademik sahaja dan dibenarkan dengan kelulusan daripada penyelia penyelidikan ini atau Dekan Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan, UUM. Apa-apa bentuk salinan atau percetakan bagi tujuan komersil adalah dilarang tanpa persetujuan dan kelulusan bertulis daripada penyelidik. Selain itu, apa-apa sebutan atau pernyataan rujukan yang dibuat berkaitan kertas projek ini perlu dinyatakan. Sebarang kelulusan untuk menyalin atau menggunakan sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya daripada kertas projek ini perlu dipohon melalui :

**Dekan Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan  
Universiti Utara Malaysia  
06010 Sintok  
KEDAH DARUL AMAN**

## ABSTRAK

Kajian ini bertujuan mengkaji tahap kepuasan pelanggan terhadap kualiti perkhidmatan pengurusan kewangan Jabatan Bendahari, Universiti Utara Malaysia (UUM). Lima dimensi kualiti perkhidmatan (*SERQUAL*) iaitu kebolehpercayaan, ketara, empati, responsif dan jaminan telah digunakan untuk mengikut tahap kepuasan pelanggan. Kajian ini menggunakan soal selidik dan melibatkan 140 orang staf pentadbiran yang menjalankan tugas-tugas kewangan di semua pusat tanggungjawab di dalam UUM. Hasil kajian mendapati dimensi kualiti perkhidmatan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan di mana dimensi jaminan, kebolehpercayaan, responsif dan empati mempunyai hubungan yang kuat manakala dimensi ketara mempunyai hubungan yang lemah. Keputusan daripada tiga hipotesis yang diuji, menunjukkan bahawa kualiti perkhidmatan mempunyai kesan positif ke atas perkhidmatan pengurusan kewangan yang diberikan oleh Jabatan Bendahari.

*Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualiti perkhidmatan, dimensi kualiti perkhidmatan, pengurusan kewangan, Jabatan Bendahari UUM.*

## ABSTRACT

The aim of this study is to assess customer satisfaction with the quality of financial management services provided by the Jabatan Bendahari, Universiti Utara Malaysia (UUM). Five dimensions of service quality (SERQUAL) the reliability, tangible, empathy, responsiveness and assurance has been applied to measured levels of customer satisfaction. This study was used questionnaires and had involved 140 administrative staffs who are performing financial tasks and responsibility in all departments UUM. The study found that the dimensions of service quality have a significant relationship with customer satisfaction where the assurance, reliability, responsiveness and empathy have a strong relationship, while the tangible has a weak relationship. Result from the three hypotheses were tested, it showed that the quality of services has positive impact on financial management services provided by the Jabatan Bendahari, UUM.



**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

*Keywords: customer satisfaction, service quality, dimensions of service quality, financial management, Treasury Department UUM.*

## PENGHARGAAN

Segala puji bagi Allah yang telah mempermudah segala urusan untuk menyiapkan kajian ini. Alhamdulillah. Ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia saya iaitu Dr. Fadzli Shah bin Abd. Aziz dan Dr. Rosli bin Mohd. Saad yang sentiasa memberikan komitmen, tunjuk ajar, panduan dan sokongan sehingga terhasilnya kajian ini. Segala sumbangan serta bantuan yang tidak ternilai untuk menyiapkan kajian ini akan sentiasa dikenang.

Selain itu, saya amat bersyukur kerana diberi peluang oleh Universiti Utara Malaysia yang menaja pengajian saya sepanjang tempoh tiga tahun ini yang mana ianya merupakan satu penghargaan dan pengalaman paling berharga buat diri saya. Jutaan terima kasih juga ditujukan kepada Ketua Jabatan saya, Tuan Haji Amron bin Man atas sokongan dan pemahaman yang mendorong saya untuk membuat kajian ini. Terima kasih juga ditujukan kepada semua responden yang memperuntukkan masa berharga mereka untuk menjawab soalan kaji selidik, serta tidak lupa kepada rakan-rakan seperjuangan yang sentiasa membantu.

Akhir sekali, penghargaan istimewa dan terima kasih yang tidak terhingga buat suami tercinta, Encik Mohamad Fauzi dan anak-anak kesayangan saya, Idayu, Izzati, Syazana dan Adib Farhan. Sesungguhnya, tanpa persefahaman dan pengorbanan dari mereka saya tidak mempunyai kekuatan untuk menyiapkan kajian ini. Di samping itu, doa dan restu dari ibu tersayang, saudara mara dan keluarga yang lain juga amat dihargai. Saya amat bersyukur dan berterima kasih kerana mempunyai anda semua di dalam hidup saya.

# KANDUNGAN

## Halaman

<b>KEBENARAN MERUJUK</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>v</b>
<b>PENGHARGAAN</b>	<b>vi</b>
<b>ISI KANDUNGAN</b>	<b>vii</b>
<b>SENARAI JADUAL</b>	<b>x</b>
<b>SENARAI RAJAH</b>	<b>xii</b>
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	<b>xiii</b>

## **BAB 1 : PENDAHULUAN**

1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar belakang kajian	1
1.3	Pernyataan masalah	6
1.4	Objektif kajian	9
1.5	Persoalan kajian	10
1.6	Kepentingan kajian	10
1.7	Skop	11
1.8	Limitasi kajian	12
1.9	Organisasi kajian	12

## **BAB 2 : ULASAN KARYA**

2.1	Pengenalan	14
2.2	Pengurusan kewangan	14
2.3	Kepuasan pelanggan	16
2.3.1	Definisi dan konsep kepuasan pelanggan	16
2.4	Kualiti perkhidmatan	21
2.4.1	Perkhidmatan	21
2.4.2	Kualiti	22
2.4.3	Definisi kualiti perkhidmatan	23
2.4.4	Model kualiti perkhidmatan	26
2.4.5	Dimensi kualiti perkhidmatan	30
2.4.6	Kajian lepas berkaitan kualiti perkhidmatan	35
2.5	Teori dan model yang berkaitan kepuasan pelanggan	39
2.6	Kepuasan pelanggan dan kualiti perkhidmatan	40
2.7	Kesimpulan	46



### **BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN**

3.1	Pendahuluan	47
3.2	Kerangka kajian	48
3.3	Hipotesis kajian	49
3.3.1	Hipotesis 1	50
3.3.2	Hipotesis 2	50
3.3.3	Hipotesis 3	52
3.4	Reka bentuk kajian	52
3.5	Instrumen kajian	53
3.5.1	Borang soal selidik	54
3.6	Pengumpulan data	56
3.6.1	Persampelan	57
3.6.2	Saiz sampel	57
3.6.3	Prosedur kutipan data	58
3.7	Kajian rintis	60
3.8	Analisis data	61
3.9	Ringkasan	61

### **BAB 4 : ANALISIS DATA**

4.1	Pengenalan	62
4.2	Kadar maklum balas	62
4.3	Analisis deskriptif	63
4.3.1	Demografi	64
4.3.2	Kualiti perkhidmatan	68
4.3.3	Kepuasan pelanggan	69
4.4	Analisis kebolehpercayaan	70
4.5	Analisis statistik inferensi	73
4.5.1	Ujian Kolerasi Pearson	73
4.6	Pengujian hipotesis	74
4.6.1	Hipotesis pertama	75
4.6.2	Hipotesis kedua	77
4.6.3	Hipotesis ketiga	81
4.7	Penutup	82

### **BAB 5 : PERBINCANGAN DAN CADANGAN**

5.1	Pendahuluan	83
5.2	Hubungan faktor demografi dan kepuasan pelanggan	84
5.2.1	Jantina	84
5.2.2	Tempoh berkhidmat	85
5.3	Hubungan dimensi kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan	85
5.3.1	Kebolehpercayaan	85
5.3.2	Jaminan	85
5.3.3	Responsif	86
5.3.4	Ketara	87
5.3.5	Empati	87
5.4	Pengaruh dimensi kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan	88

5.5	Implikasi	89
5.6	Cadangan	90
5.7	Kesimpulan	91

**RUJUKAN  
LAMPIRAN**



**UUM**  

---

**Universiti Utara Malaysia**

## SENARAI JADUAL

Jadual	Tajuk	Halaman
Jadual 1.1	Statistik Kepuasan Pelanggan 2013	8
Jadual 3.1	Jadual menunjukkan soalan negatif	55
Jadual 3.2	Nilai Cornbach's Alpha	59
Jadual 3.3	Ujian Kebolehpercayaan	60
Jadual 4.1	Ringkasan borang soal selidik yang diedarkan	63
Jadual 4.2	Latar belakang maklumat responden	65
Jadual 4.3	Jadual pengkelasan min	68
Jadual 4.4	Jadual min bagi kepuasan pelanggan dan kualiti Perkhidmatan	69
Jadual 4.5	Jadual min bagi dimensi dan kualiti perkhidmatan	69
Jadual 4.6	Nilai purata pemboleh ubah item kepuasan pelanggan	70
Jadual 4.7	Ujian kebolehpercayaan bagi semua pemboleh ubah	71
Jadual 4.8	Ujian kebolehpercayaan	72
Jadual 4.9	Ujian kebolehpercayaan terhadap dimensi kualiti Perkhidmatan	72
Jadual 4.10	Ujian kolerasi pearson	74
Jadual 4.11	Ujian-t di antara jantina dan kepuasan Pelanggan	76
Jadual 4.12	Ujian analisis varian sehala (ANOVA) di antara kepuasan Pelanggan dan tempoh berkhidmat	77

Jadual 4.13 Kolerasi di antara dimensi kebolehpercayaan dengan kepuasan pelanggan	78
Jadual 4.14 Kolerasi di antara dimensi jaminan dengan kepuasan pelanggan	78
Jadual 4.15 Kolerasi di antara dimensi responsif dan kepuasan pelanggan	79
Jadual 4.16 Kolerasi di antara dimensi ketara dengan kepuasan pelanggan	80
Jadual 4.17 Kolerasi di antara dimensi empati dengan kepuasan Pelanggan	81
Jadual 4.18 Analisis regresi di antara dimensi kualiti Perkhidmatan dan kepuasan pelanggan	81



**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

## SENARAI RAJAH

<b>Rajah</b>	<b>Tajuk</b>	<b>Halaman</b>
Rajah 2.1	Model kualiti perkhidmatan	28
Rajah 2.2	Persepsi Pelanggan terhadap kualiti dan kepuasan Pelanggan	41
Rajah 3.1	Model kajian	49



**UUM**  
Universiti Utara Malaysia

## SENARAI SINGKATAN

SERVQUAL	-	<i>Service quality</i>
BITK	-	Bayaran Imbuhan Tetap Kewangan
IFAS	-	<i>Integrated Financial Accounting System</i>
JKPA	-	Jawatankuasa Pengurusan Kewangan dan Akaun Universiti
PTJ	-	Pusat tanggungjawab di dalam UUM
SERVQUAL	-	<i>Service quality</i>
SPSS	-	<i>Statistical Package for Sosial Science</i>
UUM	-	Universiti Utara Malaysia



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Pengenalan

Secara umumnya bab ini bermula dengan menerangkan tentang latar belakang kajian berkaitan kepuasan pelanggan, pernyataan masalah yang dihadapi dan seterusnya menerangkan tentang persoalan kajian, objektif kajian dan signifikan kajian ini dijalankan serta limitasi yang dihadapi di dalam menjalankan kajian ini.

#### 1.2 Latar belakang kajian

Kajian berkaitan kepuasan pelanggan merupakan kajian yang sangat penting bagi mengetahui tahap kepuasan pelanggan bagi sesebuah organisasi. Isu berkaitan kepuasan pelanggan merupakan isu yang penting dan kritikal di dalam semua industri termasuk di institusi pengajian tinggi. Pelajar dan kakitangan merupakan pelanggan utama kepada institusi pengajian tinggi mempunyai kehendak dan kepuasan yang berbeza yang perlu dipenuhi oleh pihak pengurusan institusi melalui sistem penyampaian perkhidmatan yang berkualiti (Finney & Finney, 2010). Sehubungan dengan itu, bagi mencapai matlamat sebagai sebuah universiti pengurusan yang terkemuka dan berdaya saing dalam persekitaran komersial, strategi yang sesuai di dalam memberikan perkhidmatan yang berkualiti dan berdaya saing adalah sangat penting kepada pelanggan (Khan & Matlay, 2009). Prinsip yang menyatakan bahawa perkhidmatan yang berkualiti akan memberikan faedah kepada organisasi seperti meningkatkan keuntungan, menjimatkan kos dan meningkatkan

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only



## RUJUKAN

- Agbor, J. M., (2011). The Relationship between Customer Satisfaction and Service Quality: A study of three Service sectors in Umea.
- Ahmadreza Shekarchizadeh Amran Rasli Huam Hon-Tat, (2011), "SERVQUAL in Malaysian universities: perspectives of international students", *Business Process Management Journal*, Vol. 17 Iss 1 pp. 67 - 81
- Ahmed, S. M. Z., & Shoeb, M. Z. H., (2009). Measuring Service Quality of a Public University Library in Bangladesh using SERVQUAL. *Performance Measurement and Metrics* Vol. 10 No. 1, 2009 pp. 17-32.
- Akhtar, M. N., Hunjra, A. I., Abkar, S. W., Rehman, K.-U., & Niazi, G. S. (2011). Relationship between customer satisfaction and service quality of islamic banks. *World Applied Sciences Journal* 13 (3) , 453-459
- Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Markata, D., (2002). Can Perceptions of Service Quality Predict Behavioral Intentions? An exploratory Study in the Hotel Sector in Greece. *Managing Service Quality*. Vol. 12, No. 4, 2002, pp. 224- 231.
- Al-Hawari, M., & Ward, T. (2006). The effect of automated service quality on Australian banks' financial performance and the mediating role of customer satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 24(2), 127-47.
- Ali, A., & Ijaz, A. T. (2013). Assessing Service Attitude: Service Quality Measures Taken by Islamic Banks in Pakistan. *Journal of Business and Management (IOSR)*, 61-68.
- Allred, A. T., & Addams, H. L., (2000). Service Quality at Banks and Credit Unions: What do Their Customers Say? *Managing Service Quality*. Vol. 10, No. 1, 2000, pp. 52-60.
- Amin, M., & Isa, Z. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction A SEM approach towards Malaysian Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 No. 3., 191-209.
- Asaduzzaman, Moyazaaem, H., Mahabubur, R. (2013). Service quality and student satisfaction: A case study on private universities in Bangladesh, *International Journal of Economics and Finances Management Sciences*, 1(3), 128-135
- Baldwin, A., & Sohal, A., (2003). Service Quality Factors and Outcomes in Dental Care. *Managing Service Quality* Vol. 13 No. 3, 2003 pp. 207-216.
- Bayraktar, E., Tatoglu, E., Turkyilmaz, A., Delen, D., & Zaim, S., (2011). Measuring the Efficiency of Customer Satisfaction and Loyalty for Mobile Phone Brands with DEA. *Expert Systems with Applications*. Vol. 39, 2011, pp. 99-106.

- Best, J. W., (1977). *Research in Education*. 3rd ed. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Bowen, J. W., & Hedges, R. B. (1993). Increasing service quality in retail banking. *Journal of Retail Banking*, 15 (3), 21-28
- Butt, M. M., & Run, E. C., (2010). Private Healthcare Quality: Applying a SERVQUAL Model. *International Journal of Health Care Quality Assurance* Vol. 23 No. 7, 2010 pp. 658-673.
- Chandrasekar, K., & Murugathas, K (2012). An assessment of user satisfaction on library services: a case study of undergraduate biology at the University of affna, *Journal of the university Librarian's association of Sri Lanka*, 16(1), 34-45
- Dahlgaard, J.J., Schütte, S., Ayas, E. and Dahlgaard-Park, S.M. (2008), Kansei/affective engineering design: a methodology for profound affection and attractive quality creation, *The TQM Journal*, Vol. 20 No. 4, pp. 299-311.
- Ernest Emeka Izogo and Ike-Elechi Ogba (2015), Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector, *International journal of quality & reliability management*, Vol 32 No3, pp 250-269
- Finney, T.G. and Finney, R.Z. (2010), "Are students their universities customers? An exploratory study ", *Education and Training*, Vol 52 No 4, pp. 276-291
- George, T., Kostantinos, A., Sophia, K., (2014). Predicting Visitors' Satisfaction and Behavioral Intentions from Service Quality in the Context of a Small-scale Outdoor Sport Event. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 5 No. 1, 2014 pp. 4-21.
- Giese, J.L. and Cote, J.A. (2000), " Defining consumer satisfaction", *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2000 No 1.
- Gilbert E. Chodzaza Harry S.H. Gombachika, (2013),"Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of a public electricity utility in Malawi", *International Journal of Energy Sector Management*, Vol. 7 Iss 2 pp. 269 - 282
- Grace, D., and O'Cass, A., (2003). An Exploratory of Service Brand Associations. *Journal of Service Marketing* Vol. 17 No. 5, 2003
- Hague, P., & Harris, P., (1993). *Sampling and Statistics*. Kogan Page, London. Chapter 14, pp. 239-252
- Hanaysha, J.A.(2011), Service quality and student's satisfaction at higher learning institutions : the competing dimensions of Malaysian Universities competitiveness. *Journal of southeast Asian Research*

- Hussein, M. A., & Amal, M. S. D., (2013). Patients' Satisfaction of Service Quality in Saudi hospitals: a SERVQUAL Analysis. *International Journal of Health Care Quality Assurance* Vol. 26 No 1, 2013 pp. 20-30.
- Katcher, B. L., (2003). Make More Strategic Use of Customer Satisfaction Surveys. *Journal Of Business Strategy*.
- Khafafa, A. J., & Shafii, Z. (2013). Measuring the Perceived Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Bank Windows in Libya Based on Structural Equation Modelling (SEM). *Afro Eurasian Studies*, Vol. 2, Issues 1&2, Spring & Fall, 56-71.
- Khan, H. and Matlay, H.(2009), "Implementing service excellence in higher education", *Journal of Education and Training*, Vol 51 Nos 8/9, pp.769-780.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V., (2002). *Principle of Marketing*. 3rd Edition, Prentice Hall Europe.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W., (1970). Determining Sample Size for Research Activities, *Educational and Psychological Measurement*. Vol. 30 pp. 607-10.
- Kum Fai Yuen Vinh Van Thai , (2015), "Service quality and customer satisfaction in liner shipping", *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 7 Iss 2/3 pp. 170 - 183
- Kumar, M., Kee, F. T., & Charles, V., (2010). Comparative Evaluation of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: An Application of Dominance
- Ladhari, R. (2009), A review of twenty years of SERVQUAL research, *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 1 No. 2, pp. 172-198.
- Miles, P.C. (2013), Competitive strategy: the link between service characteristics and customersatisfaction, *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 5 No. 4, pp. 395-414.
- Mostaghel, R. (2006). Customer Satisfaction: service quality in online purchasing in Iran. Iran: Lulea University of Technology, Department of Business Administration and Social Sciences-Division of Industrial Marketing and E-Commerce MSc.
- Mudassar, K., Talib, S., Cheema , S., & Raza, M. S. (2013). The impact of service quality on customer satisfaction and the moderating role of word-of-mouth. *African Journal of Business Management*, Vol. 7(18, 1751-1756
- Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. *International Journal of Innovation Management and Technology*, 1(4), 398-404.

- Muslim Amin Zaidi Isa, (2008),"An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction", *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 Iss 3 pp. 191 - 209
- Ojo, O., (2010). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Telecommunication Industry: Evidence from Nigeria. *Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*. Vol. 1 No 1, 2010 pp. 88-100.
- Ombati, T. O., Magutu, P. O., Nyamwange , S. O., & Nyaoga, R. B. (2010). Technology And Service Quality in the Banking Industry Importance and Performance of Various Factors Considered In the Electronic Banking Services. *African Journal of Business Management*, Vol. 1, 151-164.
- Osman, I., Ali, H., Zainuddin, A., Wan Rashid, W., & Jusoff, K. (2009). Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking. *Intenational Journal of Economics and Finance*, Vol 1, No. 1, 197-202.
- Pankaj, D. V., & Ranjan, G. M., (2014). College Clinic Service Quality and Patient Satisfaction. *International Journal of Health Care Quality Assurance*. Vol. 27 No 6, 2014 pp. 519 – 530.
- Paramaporn, T., Atonio, L., & Ann, M., (2014). An Empirical Model of Home Internet Services Quality in Thailand. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 26 No 2, 2014 pp. 190 – 210.
- 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 (Spring): 1240.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York, NY.
- Prasanth, S. P., Pramod, V. R., Jagathy, R. V. P., & Christian, M., (2015). Interpretive Structural Modeling (ISM) and its Application in Analyzing Factors Inhibiting Implementation of Total Productive Maintenance (TPM).
- Parasuraman, A., Berry, L.L and Zeithaml, V.A(1991), "Perceived service quality as a customer-based performance measure: an empirical examination of organisational barriers using an extended service quality model", *Human Resource Management*, Vol 30 No 3, pp 335-364
- Raza, A., Saddique, U., Farooq, U., Awan, S., & Amin, A. (2012). Customers' Satisfaction towards Islamic Banking: Pakistan's perspective. *Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)* Vol. 1, No.6, 71-79.
- Sekaran, U., (2000). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach*. Third Ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.

- Sekaran, U., (2003). *Research methods for business*. 4th Ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sumaedi, S., Bakti, I.G., & Metasari, N.(2011). The effect of student's perceived service quality and perceived price on student satisfaction. *Management Science and Engineering*
- Suneeta, B., & Sameer, K. S., (2014). Conceptual Study of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction. *International Research Journal of Social Sciences* Vol. 3 No 2, 2014 pp. 9-14.
- Sureshchandar, Rajendran, & Ananthraman. (2002). The Relationship Between service quality and customer satisfaction. Factor Specific Approach. *Journal of Service Marketing*, Vol.16, (No.4), 363-379
- Syed, A., R., Syed, T., J., Ayesha, H., (2015). Internet Banking and Customer Satisfaction in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets* Vol. 7 No 1, 2015
- Tam, J., (2012). Linking Perceived Service Quality to Relational Outcomes in a Chinese Context. *Journal of International Consumer Marketing* Vol. 24 No 1, 2012 pp. 7-23.
- Wan, A., Shafie, S., Nursofiza, W., & Haron, S. (2004). Adopting and measuring customer Service Quality in Islamic Banks: A case study of Banks Islam Malaysia Berhad. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, Vol. 1, No.1.
- Wang, I. M., & Shieh, C. J., (2006). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCU Library. *Journal of Information & Optimization Sciences*. Vol. 27, 2006 pp. 193-209.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D., (2008). *Services Marketing*. McGraw- Hill Education.
- Zahayu, M.Y., Masnita, M., Pei, L.P., & Tian, H.T. (2014). Factors affecting student's satisfaction towards bus services in university, *Research Journal of applied sciences, Engineering and Technology*, 8(7), 817-822