

مشروع التخرج بعنوان:

**أثر رضا العملاء على ولائهم في جامعة الملك عبد الله للعلوم
والتقنية بمدينة جدة**

التكليف رقم (3)

إعداد:

حسن مصطفى شربيني

الرقم الجامعي: 252000914

الإشراف/

أ.د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي

2026 م

الفصل الثاني

مراجعة الأدبيات

تمهيد

يشكل هذا الفصل الركيزة المعرفية والقاعدة العلمية التي تنطلق منها الدراسة الحالية للربط بين أبعادها المفاهيمية وتحليل متغيراتها الميدانية. وينقسم هذا الفصل إلى شقين أساسيين مكملين لبعضهما البعض؛ يبدأ القسم أولاً: الدراسات السابقة برصد وتحليل نقدي لأحدث الأدبيات الأكاديمية والبحوث المنشورة التي تناولت متغيرات الدراسة، بهدف تعيين الفجوة البحثية وتحديد ما تميزت به هذه الدراسة عن سابقتها. ويليه القسم ثانياً: الإطار النظري للدراسة، والذي يستعرض التأصيل الفلسفي والمفاهيمي للمتغيرات (المستقلة والتابعة) وأبعادها التشغيلية، معتمداً على النظريات الإدارية والسلوكية الموجهة لبناء النموذج المفاهيمي وتفسير العلاقات السببية المتوقعة بينها بأسلوب علمي رصين.

أولاً: الدراسات السابقة

يستعرض هذا القسم قراءة نقدية ومنظمة لأحدث البحوث الأكاديمية التي تناولت علاقة رضا العملاء بالولاء في البيئة الجامعية؛ بهدف رصد تطور الظاهرة إحصائياً، وتعيين الفجوة المعرفية، وتحديد الملامح المنهجية التي تميز البحث الحالي عن الأدبيات السابقة. وفي إطار هذا التدقيق المنهجي للأدبيات التي تبحث في الروابط الهيكلية بين جودة الخدمات ورضا الطلبة ومعدلات ولائهم المؤسسي في بيئات التعليم العالي، تم حصر وتصنيف مجموعة من الدراسات الأكاديمية الحديثة وترتيبها زمنياً من الأقدم إلى الأحدث على النحو الآتي:

1. الدراسات العربية

- دراسة الشرجبي والهاتف (2023)، بعنوان: "مستوى جودة الخدمات التعليمية في جامعة آزال للتنمية البشرية وعلاقتها برضا الطلبة". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى جودة

الخدمات التعليمية في جامعة آزال للتنمية البشرية وعلاقتها برضا الطلبة. اتبعت البحث المنهج الوصفي الارتباطي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلبة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة وذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمات التعليمية بأبعادها المختلفة ومستوى رضا الطلبة العام، حيث تبين أن كفاءة أعضاء هيئة التدريس وتوفر الوسائل التعليمية الحديثة تسهم في رفع مستويات الرضا بنسب عالية.

- **دراسة العايق (2023)،** بعنوان: "رضا طلاب جامعة المنصورة عن الخدمات المقدمة لهم في ضوء مدخل التميز المؤسسي". هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف رضا طلاب جامعة المنصورة عن الخدمات المقدمة لهم في ضوء مدخل التميز المؤسسي. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن تبني معايير التميز المؤسسي في تقديم الخدمات الإدارية والتعليمية يسهم بصورة مباشرة في الارتقاء بمستويات رضا الطلاب، وأوصت بضرورة حوكمة العمليات الأكاديمية وتوفير بيئة جاذبة تلبي تطلعات الطلاب المعاصرة.

- **دراسة المطيري والغزوي (2023)،** بعنوان: "العلاقة بين رضا الطلبة والولاء المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي". هدفت هذه الدراسة إلى تقصي العلاقة بين رضا الطلبة والولاء المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلبة الممثلين. وقد توصلت الدراسة إلى أن رضا الطلبة عن الخدمات الأكاديمية واللوجستية يُعد المحدد الجوهري والأساسي لرفع كفاءة الولاء المؤسسي، وأن الارتباط الوجداني بالطلاب يتشكل نتيجة تراكم خبرات الرضا عبر سنوات الدراسة.

- **دراسة العتيبي والحربي (2024)،** بعنوان: "أثر جودة الخدمات الجامعية في رضا الطلبة وولائهم: دراسة تطبيقية في الجامعات السعودية". هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمات الجامعية في رضا الطلبة وولائهم داخل الجامعات السعودية. اتبعت البحث

المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب الممثلين. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي قوي ومباشر لأبعاد جودة الخدمة (خاصة الملموسية والاستجابية) على رضا الطلبة، وأن هذا الرضا يؤدي دوراً جوهرياً في تعزيز الولاء المؤسسي، وأوصت بضرورة الحوكمة المستمرة للمخرجات الخدمية في البيئات الأكاديمية لاستدامة التميز التسويقي.

• **دراسة العوفي (2024)**، بعنوان: "مؤشرات الأداء التسويقية وتأثيرها على جودة الخدمات في الخدمات التعليمية (دراسة تطبيقية على جامعة الطائف)". هدفت هذه الدراسة إلى دراسة مؤشرات الأداء التسويقية وتأثيرها على جودة الخدمات في الخدمات التعليمية بالتطبيق على جامعة الطائف. اتبعت البحث المنهج الوصفي الارتباطي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (285) من المستفيدين. وقد توصلت الدراسة إلى أن تبني المعايير التسويقية الحديثة والتركيز على أبعاد جودة الخدمة يُعد المحدد الأساس لرفع رضا المستفيدين، وأن التحسين المستمر للمسهلات الفنية ينعكس إيجاباً على الصورة الذهنية العامة للجامعة.

• **دراسة شبش وآخرون (2024)**، بعنوان: "أثر الدور الوسيط للتحويل الرقمي في العلاقة بين جودة الخدمات التعليمية ورضا الطلبة: دراسة على طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة مصراتة". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الدور الوسيط للتحويل الرقمي في العلاقة بين جودة الخدمات التعليمية ورضا الطلبة. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من طلاب كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة مصراتة. وقد توصلت الدراسة إلى أن أتمتة العمليات الإدارية وتطوير الخدمات الرقمية يضاعف من الأثر الإيجابي لجودة التعليم على مستويات رضا الطلبة، مما يساهم في تسهيل تجربتهم الأكاديمية وخلق بيئة تعليمية جاذبة.

2. الدراسات الأجنبية

- **دراسة سونغ (Song) (2022)،** بعنوان: "Factors affecting student satisfaction and loyalty: A case study of Xihua University" (العوامل المؤثرة على رضا وولاء الطلاب: دراسة حالة لجامعة شيهوا). هدفت هذه الدراسة إلى تقديم دراسة حالة حول العوامل المؤثرة على رضا وولاء الطلاب في جامعة شيهوا. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن التطبيق المنظم لآليات الدعم الأكاديمي والإرشاد الطلابي يعزز من قدرة الطلاب على التكيف، ويؤدي إلى تحسين مؤشرات رضاهم العام وارتباطهم السلوكي بالجامعة.
- **دراسة تشاي (Zhai) (2022)،** بعنوان: "The antecedents of student satisfaction and loyalty in public universities in Zhejiang, China" (محددات رضا وولاء الطلاب في الجامعات الحكومية بمقاطعة تشيجيانغ في الصين). هدفت هذه الدراسة إلى بحث محددات رضا وولاء الطلاب في الجامعات الحكومية بمقاطعة تشيجيانغ في الصين. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن تكامل البيئة المادية (المختبرات والمرافق السكنية) مع كفاءة الطاقم الأكاديمي يسهم بصورة مباشرة في رفع مستوى الرضا الإجمالي، وهو ما يثبت إحصائياً كأحد أقوى العوامل الدافعة لتعزيز ولاء الطلاب تجاه مؤسساتهم التعليمية.
- **دراسة أداي وآخرون (Addai et al) (2023)،** بعنوان: "Student Satisfaction and Session of Study as Predictors of Loyalty Among University Students" (رضا الطلاب وفترة الدراسة كمحددات للتنبؤ بالولاء بين طلاب الجامعات). هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف رضا الطلاب وفترة الدراسة كمحددات للتنبؤ بالولاء بين طلاب الجامعات. اتبعت البحث المنهج الوصفي الكمي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من طلاب الجامعات. وقد توصلت الدراسة إلى أن رضا الطلاب يمثل منبئاً إيجابياً قوياً ذو دلالة إحصائية بالولاء السلوكي، وأن

الطلاب الأكثر رضا وتوافقاً مع البيئة الجامعية يظهرون مستويات أعلى من التوصية الشفهية الإيجابية لزملائهم ومحيطهم الاجتماعي.

- **دراسة الدليمي والناصر (Al-Dulaimi and Alnaser) (2023)،** بعنوان: " Student Satisfaction and Loyalty in Higher Education Institutions: Evidence from Gulf Universities" (رضا الطلاب وولائهم في مؤسسات التعليم العالي: أدلة من الجامعات الخليجية). هدفت هذه الدراسة إلى تناول رضا الطلاب وولائهم في مؤسسات التعليم العالي بالتركيز على الجامعات الخليجية. اتبعت البحث المنهج الوصفي الكمي المقارن، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن الخصوصية الثقافية والاقتصادية لبيئة الخليج ترفع من سقف توقعات الطلاب تجاه البيئة المادية والخدمات الرفاهية، وأن الجامعات التي تنجح في تلبية هذه التوقعات تحظى بمعدلات ولاء واستبقاء أكاديمي مرتفعة للغاية تضمن تميزها الإقليمي.

- **دراسة نغوين وآخرون (Nguyen et al) (2023)،** بعنوان: "the Assessing relationship between service quality, satisfaction and loyalty: The Vietnamese higher education experience" (تقييم العلاقة بين جودة الخدمة، والرضا، والولاء: تجربة التعليم العالي الفيتنامية). هدفت هذه الدراسة إلى تقييم العلاقة بين جودة الخدمة، والرضا، والولاء في تجربة التعليم العالي الفيتنامية. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستجابة السريعة لمتطلبات الطلاب الأكاديمية تعزز من مستويات رضاهم الإجمالي، مما ينعكس إيجابياً على مؤشرات الولاء السلوكي المتمثلة في الرغبة في إكمال الدراسات العليا في نفس المؤسسة.

- **دراسة سيبولو وأغولا (Sebopelo and Agolla) (2023)،** بعنوان: "The effects of service quality and university image on student loyalty: The mediating role of student satisfaction" (تأثيرات جودة الخدمة والصورة الذهنية للجامعة على ولاء الطلاب: الدور الوسيط لرضا الطلاب). هدفت هذه الدراسة إلى تقصي تأثيرات جودة الخدمة والصورة الذهنية للجامعة على ولاء الطلاب مع رصد الدور الوسيط لرضا الطلاب. اتبعت

البحث المنهج الوصفي الكمي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن بناء صورة ذهنية رصينة للمؤسسة الأكاديمية يعتمد بالدرجة الأولى على جودة التفاعل اليومي والدعم الإداري المقدم للطلاب، وأن الرضا يعمل كجسر يعبر من خلاله الطالب نحو الولاء الدائم.

• **دراسة ويجايا وبوترا (Wijaya and Putra) (2023)، بعنوان: "Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty of UC Makassar" (العلاقات بين جودة الخدمة، والصورة الذهنية للعلامة التجارية، ورضا العملاء، وولاء العملاء لجامعة سي مكاسار).** هدفت هذه الدراسة إلى بحث العلاقات بين جودة الخدمة، والصورة الذهنية للعلامة التجارية، ورضا العملاء، وولاء العملاء في بيئة جامعية. اتبعت البحث المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمات الإلكترونية وتوفير الشفافية المعلوماتية يمثلان أهم عوامل النجاح الحرجة التي تضمن بناء رضا العميل وولائه المستدام للمنظمة.

• **دراسة دي أوليفيرا سانتيني وآخرون (De Oliveira Santini et al) (2024)، بعنوان: "Factors Influencing Student Loyalty in Higher Education: A Meta-Analytic Generalization" (العوامل المؤثرة على ولاء الطلاب في التعليم العالي: تعميم للتحليل البعدي).** هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتجميع العوامل المؤثرة على ولاء الطلاب في مؤسسات التعليم العالي عبر تحليل عقود من الأدبيات السابقة. اتبعت البحث أسلوب التحليل البعدي (Meta-Analytic Generalization)، واستخدمت استمارة رصد وتحليل كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (مئات الدراسات المنشورة عالمياً). وقد توصلت الدراسة إلى أن "رضا الطلاب" يمثل المتغير الوسيط والمفسر الأقوى والأنضج لتأثير جودة الخدمات التعليمية والإدارية على الولاء، مؤكدةً أن بناء الصورة الذهنية الإيجابية يعتمد بالدرجة الأولى على تراكم خبرات الرضا لدى الطالب.

- دراسة دي خوان فيغاراي وآخرون (De-Juan-Vigaray et al) (2024)، بعنوان:

"Student Satisfaction: Examining Capacity Development and Environmental "

Factors in Higher Education Institutions (رضا الطلاب: فحص تطوير القدرات والعوامل البيئية في مؤسسات التعليم العالي). هدفت هذه الدراسة إلى فحص أثر تطوير القدرات المؤسسية والعوامل البيئية المحيطة على رضا الطلاب في جامعات التعليم العالي. اتبعت البحث المنهج الوصفي الكمي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (245) من الطلاب والباحثين. وقد توصلت الدراسة إلى أن تحديث البنية التحتية الرقمية والمادية ودعم قنوات التواصل المرنة يساهم مباشرة في رفع مستويات الرضا الفردي، مما يقلل من نية التحول أو التسرب الأكاديمي ويعزز مكانة الجامعة التنافسية.

- دراسة علي وآخرون (Ali et al) (2024)، بعنوان:

"The Role of University Switching Costs, Perceived Service Quality, Perceived University Image and Student Satisfaction in Shaping Student Loyalty (دور تكاليف التحول الجامعي، وجودة الخدمة المدركة، والصورة الذهنية للجامعة ورضا الطلاب في تشكيل ولاء الطلاب).

هدفت هذه الدراسة إلى بحث دور تكاليف التحول الجامعي، وجودة الخدمة المدركة، والصورة الذهنية للجامعة، ورضا الطلاب في تشكيل وصياغة ولاء الطلاب في قطاع التعليم العالي. اتبعت البحث المنهج الكمي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (عينة موسعة) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن رضا الطلاب يمثل المحرك الأساس للولاء الوجداني، وأن الصورة الذهنية الرصينة تعمل كمغناطيس يحافظ على استبقاء العقول البحثية ويخفض من رغبتهم في الانتقال إلى جامعات منافسة.

- دراسة ليو (Liu) (2024)، بعنوان:

"Factors Affecting Undergraduate Students' Satisfaction and Loyalty with Independent Institutions in Sichuan, China (العوامل المؤثرة على رضا وولاء طلاب المرحلة الجامعية في المؤسسات المستقلة بمقاطعة سيتشوان في الصين).

هدفت هذه الدراسة إلى تناول العوامل المؤثرة على رضا وولاء

طلاب المرحلة الجامعية في المؤسسات المستقلة بمقاطعة سيتشوان في الصين. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (195) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة الدعم الإداري والتعامل الراقي من قبل الكوادر الأكاديمية يمثلان حجر الزاوية في بناء رضا مستدام يترجم سلوكياً إلى معدلات ولاء مرتفعة على المدى الطويل.

• **دراسة قاسم وباحفي (Qasem and Bahafi) (2024)، بعنوان: "The impact of service**

quality on student's loyalty: The mediating role of satisfaction" (أثر جودة الخدمة على ولاء الطلاب: الدور الوسيط للرضا). هدفت هذه الدراسة إلى بحث أثر جودة الخدمة على ولاء الطلاب مع رصد الدور الوسيط للرضا. اتبعت البحث المنهج الوصفي الكمي عبر نمذجة المعادلات الهيكلية، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن العلاقة المباشرة بين جودة الخدمة والولاء تصبح أكثر قوة وعمقاً عند وجود مستويات رضا مرتفعة، مما يجعل الرضا وسيطاً استراتيجياً لا يمكن إغفاله في الخطط التسويقية الأكاديمية.

• **دراسة نفوراه وآخرون (Ngurah et al) (2024)، بعنوان: "Peran Customer**

Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas pada Mahasiswa" (دور رضا العملاء في التوسط بين تأثير جودة الخدمة والقيمة المدركة على ولاء الطلاب). هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور رضا العملاء في التوسط بين تأثير جودة الخدمة والقيمة المدركة على ولاء الطلاب. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (لم تُذكر بالمتن) من الطلاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن صياغة قيمة مضافة للطلاب من خلال بيئة مادية متميزة ترفع من معدلات رضاه الوجداني، وهو ما يشكل الدافع الرئيس وراء استمرارية ولائه للمؤسسة.

• **دراسة تشانغ (Zhang) (2026)، بعنوان: "Unpacking the key drivers of university**

"students' satisfaction and loyalty towards logistics services in Zhanjiang, China (تفكيك المحركات الرئيسة لرضا وولاء طلاب الجامعات تجاه الخدمات اللوجستية في

تشانجيانغ بالصين). هدفت هذه الدراسة إلى تفكيك وتحليل المحركات الرئيسة لرضا وولاء طلاب الجامعات تجاه الخدمات اللوجستية والداعمة في مدينة تشانجيانغ بالصين. اتبعت البحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للبحث من عينة مكونة من (310) من الطلاب المقيمين داخل الحرم الجامعي. وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة التسهيلات اللوجستية والبيئية تؤثر تأثيراً مباشراً وإيجابياً ذو دلالة إحصائية على تشكيل الرضا العام، وأن تلبية التوقعات المعيشية تفسر جزءاً كبيراً من التباين الحاصل في مستويات الولاء السلوكي والرغبة في التوصية الشفهية الإيجابية بالمؤسسة التعليمية.

3. التعقيب على الدراسات السابقة:

جوانب الاتفاق والاختلاف:

تتفق الدراسة الحالية مع الأدبيات السابقة (مثل: العتيبي والحربي، 2024؛ Al-Dulaimi and Alnaser, 2023) في التأكيد على الدور الجوهرى والمحوري الذي يؤديه رضا العملاء (الطلاب والباحثين) في الارتقاء بمؤشرات الولاء المؤسسي والسلوكي في قطاع التعليم العالي. كما تتسق معها في اختيار المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات الميدانية. وعلى النقيض من ذلك، تختلف الدراسة الحالية عن بعض البحوث السابقة (مثل: شبش وآخرون، 2024؛ قاسم وباحفي، 2024) التي أدخلت متغيرات وسيطة أو معدلة كالتحول الرقمي أو جودة الخدمة كمتغير مستقل مباشر، بينما يتركز البحث الحالي في دراسة الأثر السببي والمباشر للأبعاد الثلاثة لرضا العملاء على محصلة الولاء النهائي للعميل.

الفجوة البحثية:

تتبلور الفجوة البحثية في ندرة الدراسات الأكاديمية المحلية (ضمن حدود علم الباحث) التي تناولت نمذجة العلاقة بين رضا العملاء وولاء العملاء بالتطبيق على الجامعات البحثية الدولية المخصصة حصرياً للدراسات العليا والباحثين، وتحديدًا في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بمدينة جدة، إذ ركزت أغلب الدراسات السعودية السابقة (مثل: العتيبي والحربي، 2024؛ العوفي، 2024) على الجامعات الحكومية التقليدية ومرحلة البكالوريوس، مما أوجد فجوة

معرفية وتطبيقية حول كيفية إدارة توقعات وبناء ولاء مجتمع بحثي دولي ومتنوع يقيم بصفة دائمة داخل الحرم الجامعي، وهو ما يسعى البحث الحالي لسده.

مميزات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة الحالية بقدرتها على تقديم نموذج متكامل يربط بدقة بين ثلاثة أبعاد تفصيلية وشاملة للمتغير المستقل (جودة الخدمات التعليمية والبحثية، البيئة المادية والخدمات اللوجستية، الدعم الإداري والتحول الرقمي) ومؤشرات المتغير التابع (ولاء العملاء). كما تكتسب تميزاً تطبيقياً ومكانياً فريداً من نوعه من خلال إسقاط الفرضيات النظرية لرضا العملاء على واقع ممارسات جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية بمدينة جدة، مما يوفر لمتخذي القرار في الجامعات البحثية دليلاً إجرائياً يساهم في تحسين الاستبقاء المعرفي للمواهب الدولية تماشياً مع رؤية المملكة (2030).

ثانياً: الإطار النظري للبحث

يتناول هذا القسم التأصيل الفلسفي والمفاهيمي لمتغيرات الدراسة وأبعادها التشغيلية في قطاع التعليم العالي. ويركز على تفكيك محددات الرضا والولاء، مستنداً إلى النظريات السلوكية والإدارية المفسرة لطبيعة الروابط والارتباطات السببية المقترحة في النموذج الهيكلي للدراسة.

المحور الأول: رضا العملاء في بيئة التعليم العالي

المفهوم والتطور الفكري لرضا العملاء في الجامعات

شهد الفكر الإداري والتسويقي المعاصر تحولاً جذرياً ومحورياً في كيفية تعريف وتقييم جودة مخرجات قطاع التعليم العالي، حيث انتقل التوجه التنظيمي الكلاسيكي من التركيز على العمليات التعليمية الجافة إلى تبني المنظور المتمركز حول العميل (Student-Centric Approach)؛ إذ لم يعد الطالب أو الباحث في الفلسفة الإدارية الحديثة مجرد متلقٍ سلبي للمادة العلمية، بل عُميلاً محورياً وشريكاً استراتيجياً تنعكس تقييماته على السمعة الأكاديمية للمؤسسة واستدامتها التنافسية (العنبي والحربي، 2024). ويُعرّف رضا العملاء (الطلبة) في البيئة الأكاديمية المعاصرة بأنه الحالة العاطفية الإيجابية، أو التقييم الإدراكي الشامل والملخص الذي يتشكل لدى الطالب نتيجة مقارنة توقعاته المسبقة مع الأداء الفعلي للخدمات التعليمية والإدارية واللوجستية التي يتلقاها داخل الحرم الجامعي (المطيري والعنزي، 2023).

وقد تطور هذا المفهوم فكرياً عبر الأدبيات من مجرد قياس جودة المحاضرات والتدريس التقليدي إلى استيعاب مفهوم "التجربة الطلابية المتكاملة" (Total Student Experience)، والتي تشمل حزمة من المعايير والخدمات المترابطة (Addai et al., 2023). وتبرز أهمية هذا التطور الفكري عند إسقاطه على البيئات البحثية المتقدمة مثل جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بمدينة جدة، حيث يتسع مفهوم الرضا ليستوعب جودة الحياة الأكاديمية والمعيشية والبحثية بصفة مستدامة (العوفي، 2024). ويؤكد التطور النظري أن إشباع حاجات الطلاب البحثية يسهم مباشرة في صياغة ميزة تنافسية للمؤسسة تضمن استقطاب المواهب الدولية والمحافظة عليها (De-Juan-Vigaray et al., 2024).

أبعاد جودة الخدمات التعليمية والبحثية كمدخل للرضا

ترتبط مستويات رضا الطلاب في الجامعات المعاصرة ارتباطاً وثيقاً وشرطياً بطبيعة وجودة الأبعاد الفنية والوظيفية للخدمات المقدمة؛ إذ تشير الأدبيات المتخصصة إلى أن جودة الخدمة التعليمية والبحثية تُعدّ المحدد الأول والأنضج لتشكيل الرضا العام وتوجيهه (الشرجي والهاتف، 2023). وتتنوع هذه الأبعاد الفنية لتشمل الكفاءة الأكاديمية والمعرفية لأعضاء هيئة التدريس، ومدى تطور ومرونة المناهج الدراسية، بالإضافة إلى مدى توفر وتحديث المعامل البحثية والتقنيات الرقمية المساعدة في التقصي المعرفي (شيش وآخرون، 2024).

وفي مؤسسة رائدة قائمة على البحث العلمي والتطوير مثل جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، تتسع هذه الأبعاد الخدمية لتشمل كفاءة البيئة الحاضنة للابتكار، وسهولة الوصول إلى مصادر المعرفة العالمية، والدعم الفني واللوجستي المقدم للباحثين في مرحلة الدراسات العليا (Ali et al., 2024). مما يجعل جودة الخدمة المدركة رافعة أساسية لرفع مستويات الرضا وتجاوز التوقعات المسبقة للطلاب والباحثين المستقطبين من مختلف دول العالم (Sebopelo and Agolla, 2023). وإن أي قصور في هذه الأبعاد ينعكس سلباً وبشكل فوري على الصورة الذهنية للمؤسسة التعليمية ومستويات تقييم طلابها (Nguyen et al., 2023).

البيئة المادية والخدمات اللوجستية المحفزة للرضا

لم يعد الرضا داخل الجامعات الحديثة مقتصرًا على البيئة التعليمية داخل قاعات المحاضرات، بل امتد ليتأثر تأثراً عميقاً وبنوياً بجودة البيئة المادية المحيطة (Physical Evidence) والخدمات اللوجستية الداعمة للحياة الجامعية اليومية (العايق، 2023). وتتضمن هذه الخدمات الإسكان الجامعي، والمرافق الرياضية والترفيهية، والرعاية الصحية المتكاملة، بالإضافة إلى كفاءة الخدمات الإدارية وأنظمة التمويل والمنح البحثية (العوفي، 2024). وتكتسب هذه الخدمات أهمية قصوى وحاسمة في الجامعات ذات الطبيعة السكنية المتكاملة، حيث يقيم الطلاب والباحثون داخل الحرم الجامعي بصفة دائمة ومستمرة (Zhang, 2026).

وتُظهر الدراسات الميدانية أن تكامل البيئة المادية مع البنية التحتية المتطورة يسهم في تيسير الحياة اليومية للطلاب، ويقلل من الضغوط النفسية والاجتماعية المرتبطة بالعمل البحثي المكثف،

مما ينعكس إيجاباً على تقييمهم الإجمالي لمستوى جودة الحياة الجامعية، ويخلق أرضية صلبة لرضا مستدام ومؤثر (De-Juan-Vigaray et al., 2024). إن الاستثمار التنظيمي في المسهلات اللوجستية والترفيهية يُعد محركاً جوهرياً للاستقرار الأكاديمي والوجداني للباحثين (Al-Dulaimi and Alnaser, 2023).

الدعم الإداري والتحول الرقمي وأثرهما على الرضا

تمثل حوكمة العمليات الإدارية وتطوير قنوات التواصل الإلكترونية المرونة حجر الزاوية في بناء تجربة طلابية خالية من العقبات البيروقراطية والمعوقات التشغيلية؛ إذ يسهم التحول الرقمي الفعال في أتمتة الخدمات الأكاديمية وتسريع الاستجابة لمتطلبات الطلاب والباحثين بمرونة عالية (شيش وآخرون، 2024). ويتضمن الدعم الإداري الفعال مرونة آليات التسجيل والقبول، وكفاءة الإرشاد الأكاديمي والمهني، والقدرة المؤسسية على حل مشكلات الطلاب بأسلوب احترافي يتسم بالاحترام والتقدير (الشرجي والهاتف، 2023).

وعندما تتبنى المؤسسات التعليمية المتقدمة أنظمة رقمية متكاملة لخدمة الباحثين، فإنها تسهم في تقليص الوقت والجهد المستغرق في الإجراءات الروتينية، مما يتيح للطلاب التركيز الكامل على نتائجهم العلمي والابتكاري (Qasem and Bahafi, 2024). هذا التوظيف الكفوء للتكنولوجيا والتعامل الإداري الراقي يعزز من شعور الطالب بالقيمة والتقدير داخل المنظمة، وهو ما يثبت إحصائياً كأحد أقوى العوامل المفسرة للرضا العام والارتباط الوجداني بالمؤسسة التعليمية (Song, 2022).

المحور الثاني: ولاء العملاء في قطاع التعليم العالي

مفهوم ومؤشرات ولاء العملاء في الجامعات

يُمثل ولاء العملاء (الطلاب والباحثين) المحور الاستراتيجي والغاية التنظيمية العليا التي تسعى إلى تحقيقها ممارسات إدارة الأعمال والتسويق الخدمي في مؤسسات التعليم العالي الحديثة (المطيري والعنزي، 2023). وحيث لم يعد تقييم نجاح المؤسسات الأكاديمية مقتصرًا على مجرد استقطاب أعداد متزايدة من الدارسين، فقد تحول الاهتمام الفكري نحو قياس مدى قدرة الجامعة

على استبقاء هذه المواهب وبناء علاقات استراتيجية طويلة الأجل معهم (De Oliveira Santini et al., 2024). ويُعرّف ولاء الطلاب في البيئة الجامعية بأنه التزام عميق ومستمر من جانب الطالب تجاه المؤسسة التعليمية، يظهر في صورة اتجاهات وجدانية إيجابية وسلوكيات داعمة ومستدامة تؤدي إلى تفضيل الجامعة على غيرها من المنافسين في قطاع التعليم العالي (Addai et al., 2023).

وفي سياق جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بمدينة جدة، يتخذ الولاء أبعاداً أكثر عمقاً بالنظر إلى طبيعة مجتمعها البحثي؛ حيث يتكامل الولاء ليشمل رغبة الخريجين في استكمال مسيرتهم الأكاديمية (ماجستير، دكتوراه، أبحاث ما بعد الدكتوراه) في ذات الجامعة، والدفاع عن سمعتها الأكاديمية، والتعاون البحثي والاستثماري المستمر معها بعد انخراطهم في سوق العمل الدولي (Ali et al., 2024). وتعتمد الباحثة في هذا البحث على تفكيك ولاء العملاء إلى ثلاثة مؤشرات حاسمة يتداخل فيها الجانب السلوكي مع الجانب العاطفي والوجداني ليعكس الصورة الكلية لارتباط العميل بالمنظمة (Al-Dulaimi and Alnaser, 2023).

الولاء السلوكي والاستبقاء الأكاديمي

يرتبط الولاء السلوكي (Behavioral Loyalty) في قطاع التعليم العالي بالقرارات الفعلية والإجراءات الملموسة التي يتخذها الطالب أو الباحث وتصب في مصلحة استمرار علاقته التعاقدية مع الجامعة (Nguyen et al., 2023). ويتجلى هذا البعد بوضوح في رغبة الطلاب الخريجين من مرحلة الماجستير في إكمال دراسة الدكتوراه داخل أسوار الجامعة ذاتها، أو سعي الباحثين للانضمام إلى الزمالات البحثية ومشاريع ما بعد الدكتوراه في مراكزها العلمية بدلاً من الانتقال إلى مؤسسات أكاديمية أخرى (Ali et al., 2024).

ويتطلب تحقيق هذا الاستبقاء الأكاديمي (Academic Retention) توفير مسارات علمية واضحة ومحفزة، وبيئة بحثية متطورة تلبي الطموحات المعرفية المتصاعدة للباحثين (De-Juan-Vigaray et al., 2024). وتشير الدراسات الميدانية إلى أن ارتفاع معدلات الاستبقاء الأكاديمي يقلل بصورة ملموسة من تكاليف الاستقطاب والتسويق الدولي لجامعات الدراسات العليا، كما يحافظ

على استمرارية وتراكم الإنتاج العلمي داخل المجموعات البحثية للمنظمة، مما يعزز من كفاءتها التشغيلية وتصنيفها العالمي (Song, 2022).

الولاء الوجداني والارتباط العاطفي بالمؤسسة

يتجاوز الولاء الوجداني (Attitudinal/Emotional Loyalty) مجرد المؤشرات السلوكية الجافة ليعبر عن مدى عمق الارتباط النفسي والعاطفي وشعور الفخر والاعتزاز الذي يحمله الطالب أو الباحث تجاه جامعتهم (المطيري والعنزي، 2023). ويتشكل هذا البعد نتيجة لتراكم الخبرات الإيجابية وتكامل جودة الحياة الجامعية واللوجستية التي يختبرها العميل طوال فترة إقامته ودراسته داخل الحرم الجامعي (Zhang, 2026).

وفي بيئة سكنية وبحثية متميزة مثل جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، يساهم الارتباط الوجداني في صياغة هوية مشتركة تجمع بين الطالب والمؤسسة، حيث يشعر الباحث بأن نجاحه الشخصي والعلمي جزء لا يتجزأ من نجاح الجامعة وتميزها (العوفي، 2024). ويقود هذا التوافق القيمي والعاطفي إلى زيادة مرونة الطلاب وتحملهم للضغوط الأكاديمية والبحثية المرتفعة، فضلاً عن تعزيز رغبتهم في تقديم الدعم المعنوي والمالي للجامعة عبر شبكات الخريجين (Alumni) بعد تخرجهم وانتقالهم إلى جهات عمل دولية ومحلية (Sebopelo and Agolla, 2023).

التوصية الشفهية الإيجابية ونية الدعم المستقبلي

تُمثل التوصية الشفهية الإيجابية (Positive Word-of-Mouth) المظهر التسويقي الأبرز والأكثر كفاءة لولاء العملاء في بيئة التعليم العالي والبحث العلمي (العتيبي والحربي، 2024). وتتضمن قيام الطلاب والباحثين الحاليين أو الخريجين بنقل تجاربهم الإيجابية طواعية إلى زملائهم، ونصح الباحثين المتميزين في محيطهم الاجتماعي والعلمي بالانضمام إلى الجامعة والتقديم على برامجها ودعمها (Addai et al., 2023).

وتكتسب التوصية الشفهية أهمية بالغة الحرج في الجامعات البحثية الدولية التي تعتمد على استقطاب العقول والمواهب النادرة من مختلف دول العالم؛ حيث تُعدّ شهادات الطلاب والباحثين الحاليين المنشورة في المحافل العلمية أو عبر منصات التواصل الأكاديمي أكثر مصداقية وتأثيراً

من الحملات الإعلانية التقليدية (Qasem and Bahafi, 2024). ويرتبط هذا البعد بنية الدعم المستقبلي للمؤسسة، والذي يترجم في بناء شراكات بحثية متواصلة بين الجهات التي يعمل بها الخريجون مستقبلاً وبين معامل الجامعة، مما يضمن تدفق المشاريع البحثية المشتركة ويعزز السمعة المؤسسية الجامعة في الأوساط العلمية والصناعية (Ngurah et al., 2024).

المحور الثالث: المنطلقات النظرية والربط بين متغيرات الدراسة

يستند هذا البحث في بناء إطاره التحليلي، وتفسير طبيعة العلاقة السببية والارتباطية بين متغيره المستقل (رضا العملاء) ومتغيره التابع (ولاء العملاء) إلى واحدة من أهم النظريات السلوكية والإدارية الموجهة للعلاقات المؤسسية، وهي "نظرية التبادل الاجتماعي" (Social Exchange Theory)، والتي تمتد جذورها الفكرية إلى إسهامات جورج هومانز (George Homans) ونيتير بلاو (Peter Blau) (العنبي والحربي، 2024). وتُعرف هذه النظرية في حقل التسويق الخدمي وإدارة الأعمال بأنها مقارنة تفسيرية تفترض أن العلاقات الإنسانية والتنظيمية تتشكل وتستمر بناءً على تحليل موضوعي ونفسي لنسبة المنافع والمكاسب مقابل التكاليف (Nguyen et al., 2023).

وبموجب هذا المنطلق المعرفي، فإن العميل (الطالب أو الباحث) يطور التزاماً وولاءً طويل الأجل تجاه المؤسسة ليس بناءً على دافع تعاقدى جامد فحسب، بل نتيجة لشعوره بالامتنان والرغبة في الرد بالمثل (Reciprocity) عندما تتجح المؤسسة في تلبية وتجاوز توقعاته الخدمية وتمنحه قيمة مدركة عالية ترفع من مستوى رضاه الإجمالي (De Oliveira Santini et al., 2024).

ويرتبط جوهر نظرية التبادل الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً وعميقاً بموضوع البحث الحالي المتمركز حول قطاع التعليم العالي، وتحديدًا ضمن البيئة التشغيلية والأكاديمية لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (KAUST) بمدينة جدة؛ إذ تعكس الجامعات البحثية ذات الطبيعة السكنية المتكاملة التجسيد المثالي لفرضيات ومسلمات هذه النظرية (Al-Dulaimi and Alnaser, 2023). فالباحث الدولي والمحلي يواجه تكاليف وضغوطات أكاديمية ونفسية مرتفعة لإنتاج المعرفة والابتكار، وفي المقابل ينتظر تلقي حزمة منافع شاملة من الجامعة؛ فإذا ما التمت العينة البحثية كفاءة وجودة عالية في الخدمات التعليمية، والمساندة اللوجستية، وحوكمة الدعم الإداري والرقمي، يتولد لديهم حالة من الرضا الشامل يعبرون عنها -وفق مبدأ المعاملة بالمثل للنظرية- عبر تقديم مخرجات

سلوكية ووجدانية داعمة للجامعة تتمثل في الولاء المستدام والتوصية الشفهية الإيجابية (Ali et al., 2024).

وعلى النقيض من ذلك، فإن أي شعور بالهدر أو انخفاض المنافع الخدمية مقارنة بالجهد المبذول يؤدي مباشرة إلى خفض الرضا وتفكيك روابط التبادل الاجتماعي، مما يدفع العميل إلى التفكير في التحول أو خفض منسوب الولاء (Sebopelo and Agolla, 2023).

ويقوم الباحث بالتوظيف النظري والإجرائي لفرضيات نظرية التبادل الاجتماعي في هذا البحث من خلال تحويل مفاهيم التبادل والقيمة إلى متغيرات وأبعاد قياسية واضحة قابلة للاختبار الإحصائي الميداني (العوفي، 2024). وحيث جرى صياغة محاور المتغير المستقل الثلاثة المتمثلة في: (جودة الخدمات التعليمية والبحثية، والبيئة المادية والخدمات اللوجستية، والدعم الإداري والتحول الرقمي) كمدخلات أساسية لتجربة التبادل؛ فقد جرى ربطها ربطاً سببياً مباشراً بمتغير ولاء العملاء كأداة للرد بالمثل والمقاس بمؤشرات: (الولاء السلوكي، والارتباط الوجداني، والتوصية الشفهية الإيجابية) (Addai et al., 2023).

ويسهم هذا التأصيل والتوظيف النظري المحكم في تمكين البحث الحالي من بناء نموذج قياسي يفسر الآليات التنظيمية والتسويقية الحقيقية التي تؤدي من خلالها الإدارة الرشيدة للخدمات وتوليد رضا العملاء إلى تحفيز الاستبقاء الأكاديمي والتميز المؤسسي المستدام، مما يمنح الدراسة رصانة علمية وقيمة تطبيقية ملموسة لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (Zhang, 2026).

خاتمة تعقيبية للإطار النظري

بناءً على ما تم استعراضه وتفكيكه ونقاشه في هذا الإطار النظري بأقسامه المختلفة، يتضح بجلاء أن رضا العملاء في بيئة التعليم العالي لم يعد يمثل مجرد مؤشر تشغيلي عابر، بل تحول إلى ركيزة إستراتيجية وبنوية حاسمة لضمان ولاء واستبقاء الكفاءات والمواهب البحثية. وحيث أظهر التتبع الفكري والتحليلي للمتغيرات أن الارتقاء بمؤشرات ولاء العملاء (السلوكية، والوجدانية، والشفهية) يرتبط ارتباطاً وثيقاً وشرطياً بمدى نضج وجودة الخدمات الشاملة المقدمة لهم (الأكاديمية، واللوجستية، والرقمية)؛ فإن هذا الإطار يمثل الدعامة المعرفية الصلبة للبحث الحالي. وإن هذا الربط المنهجي القائم على فرضيات نظرية التبادل الاجتماعي يسهم مباشرة في توجيه الدراسة

الميدانية التطبيقية نحو قياس واقع هذه العلاقات لدى جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية بمدينة جدة، واختبار مدى قدرتها الإحصائية الحقيقية على إحداث الفارق في تعزيز الاستدامة التنافسية والتميز المؤسسي.

قائمة مراجع الفصل الثاني

أولاً: المراجع العربية

- الشرجبي، عبد الرحمن محمد، والهاتف، عائشة يحيى حسن. (2023). مستوى جودة الخدمات التعليمية في جامعة آزال للتنمية البشرية وعلاقتها برضا الطلبة *مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية*، 4.(1).
- شبيب، خيرية محمد، الرعيض، عبد القادر محمد، الأزرق، رويد محمد، وبالروي، عوض أبوالقاسم. (2024). أثر الدور الوسيط للتحويل الرقمي في العلاقة بين جودة الخدمات التعليمية ورضا الطلبة: دراسة على طلبة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة مصراتة. *مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال*، 11.(2).
- العايق، نورا. (2023). رضا طلاب جامعة المنصورة عن الخدمات المقدمة لهم في ضوء مدخل التميز المؤسسي *مجلة تطوير الأداء الجامعي*، 22(1)، 273.247-
- العتيبي، فهد بن سعد، والحربي، عبدالعزيز بن محمد. (2024). أثر جودة الخدمات الجامعية في رضا الطلبة ولولائهم: دراسة تطبيقية في الجامعات السعودية. *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي*، 17(58)، 122.95-
- العوفي، عبدالله بن صالح. (2024). مؤشرات الأداء التسويقية وتأثيرها على جودة الخدمات في الخدمات التعليمية (دراسة تطبيقية على جامعة الطائف) *مجلة البحوث المالية والتجارية*، 25(4)، 530.489-
- المطيري، خالد بن ناصر، والعنزي، عبدالله بن مطلق. (2023). العلاقة بين رضا الطلبة والولاء المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 7(31)، 44-

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Addai, P., Sarfo, J. O., Okyere, I., and Kumordzi, B. (2023). Student Satisfaction and Session of Study as Predictors of Loyalty Among University Students. *European Journal of Contemporary Education*, 12(2), 331–341.
- Al-Dulaimi, S., and Alnaser, A. (2023). Student Satisfaction and Loyalty in Higher Education Institutions: Evidence from Gulf Universities. *International Journal of Educational Management*, 37(6), 1124–1141.
- Ali, M., Amir, H., and Ahmed, M. (2024). The Role of University Switching Costs, Perceived Service Quality, Perceived University Image and Student Satisfaction in Shaping Student Loyalty. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(1), 201–222.
- De Oliveira Santini, F., da Silva Rocha, L., Perin, M. G., Ladeira, W. J., Akhtar, S., Rasul, T., and Hoffmann Sampaio, C. (2024). Factors Influencing Student Loyalty in Higher Education: A Meta-Analytic Generalization. *Journal of Marketing for Higher Education*.
- De-Juan-Vigaray, M. D., Ledesma-Chaves, P., González-Gascón, E., and Gil-Cordero, E. (2024). Student Satisfaction: Examining Capacity Development and Environmental Factors in Higher Education Institutions. *Heliyon*, 10(17), e36699.
- Liu, Y. (2024). Factors Affecting Undergraduate Students' Satisfaction and Loyalty with Independent Institutions in Sichuan, China. *AU-GSB e-Journal*, 17(2).
- Ngurah, M. P. I. D. G., Telagawathi, N. L. W., and Suwena, K. R. (2024). Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas pada Mahasiswa. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 13(2).
- Nguyen, T. T., Nguyen, N. T., and Nguyen, H. T. (2023). Assessing the relationship between service quality, satisfaction and loyalty: The Vietnamese higher education experience. *Quality Assurance in Education*, 31(2), 197–214.
- Qasem, A., and Bahafi, S. (2024). The impact of service quality on student's loyalty: The mediating role of satisfaction. *Journal of Social Studies*, 30(4).
- Sebopelo, P., and Agolla, J. E. (2023). The effects of service quality and university image on student loyalty: The mediating role of student satisfaction. *Journal of African Education*, 4(1).

- Song, Y. (2022). Factors affecting student satisfaction and loyalty: A case study of Xihua University. *AU-GSB e-Journal*, 15(2).
- Wijaya, J., and Putra, S. D. (2023). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty of UC Makassar. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 12(2).
- Zhai, W. (2022). The antecedents of student satisfaction and loyalty in public universities in Zhejiang, China. *AU-GSB e-Journal*, 15(2).
- Zhang, C. (2026). Unpacking the key drivers of university students' satisfaction and loyalty towards logistics services in Zhanjiang, China. *Scholar: Human Sciences*, 18(1).