



## L'impact de la qualité des services de l'enseignement supérieur (selon modèle SERVQUAL) sur la satisfaction des étudiants Étude de cas « l'école supérieure de management Tlemcen »

*The impact of the quality of higher education services (according to the  
SERVQUAL model) on student satisfaction  
Case study "Tlemcen Higher School of Management"*

<b>Assia BRAHIMI*</b>	<b>Djamila KADRI</b>	<b>Aicha LALOU</b>
Laboratoire LARMHO, Ecole Supérieure de Management, Tlemcen, Algerie	Laboratoire MECAS, Université de Tlemcen, Algerie	Ecole Supérieure de Management, Tlemcen, Algerie
<i>bra.assia@gmail.com</i>	<i>djamila.kadri.chikh@gmail.com</i>	<i>lalou14sanaa@gmail.com</i>
<i>Received: 01/02/2022</i>	<i>Accepted: 18/03/2022</i>	<i>Published: 22/04/2022</i>

### Résumé :

La présente étude vise l'identification de l'impact de la qualité de l'enseignement supérieur sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management de Tlemcen (EMST). À cette fin, une étude empirique a été réalisée auprès de 385 étudiants en répondant à un questionnaire en ligne aléatoirement diffusé. Nous avons opté pour le modèle SERVQUAL avec ces cinq dimensions (tangibilité, fiabilité, réactivité, empathie et confiance). Pour le traitement de données et l'extraction des résultats nous nous sommes appuyés sur l'environnement de programmation SPSS V24. Les résultats obtenus ont montré un impact significatif de la qualité du service de l'enseignement supérieur sur la satisfaction des étudiants au niveau de cette école.

**Mots clés :** Enseignement supérieur, Qualité de service, Satisfaction, Modèle SERVQUAL, Ecole Supérieure de Management Tlemcen

### Abstract

This study aims to identify the impact of the quality of higher education on the satisfaction of students at the Tlemcen School of Management (EMST). To this end, an empirical study was carried out with 385 students by answering a randomly distributed online questionnaire. We opted for the SERVQUAL model with these five dimensions (tangibility, reliability, responsiveness, empathy and trust). For data processing and extraction of results, we replied on the SPSS V24 programming environment. The results obtained showed a significant impact of the quality of the service of higher education on the satisfaction of the students at the level of this school.

**Key Words:** Higher education, Quality of service, Satisfaction, SERVQUAL model, Tlemcen Higher School of Management.

**JEL Classification:** I23.

\* Auteur correspondant : BRAHIMI Assia (*bra.assia@gmail.com*)



## Introduction

La qualité selon Cronin et Taylor (1992), Clemes, Gan et Kao (2008), Omar et al. (2009) est « la source d'efficience dans la politique de communication de l'organisation. L'élément qui permet de garder l'image de l'établissement universitaire et d'augmenter le taux de satisfaction de ses étudiants par les services fournis »(Buttle, 2021).

L'adoption du programme de management de la qualité dans les établissements d'enseignement supérieur contribue grandement à la fois au succès de ces institutions, à atteindre leurs objectifs sans créer de gaspillage éducatif, ainsi qu'à répondre aux désirs des étudiants et de la société, les membres du corps professoral en plus d'améliorer les méthodes d'enseignement, les méthodes d'évaluation et la conception des programmes éducatifs (Kasasbeh., 2019).

Pour l'enseignement supérieur, la qualité représente un facteur déterminant de la satisfaction de l'étudiant, certains auteurs estiment que la satisfaction du système éducatif est l'objectif le plus important que les établissements d'enseignement devraient poursuivre.

En Algérie, les établissements d'enseignement supérieur sont dans l'obligation d'améliorer la qualité des services éducatifs fournis afin d'atteindre l'excellence et l'efficacité pour réaliser leurs objectifs et satisfaire leurs étudiants. Ils doivent aussi déterminer les éléments de service influençant l'insatisfaction tout en s'efforçant à réduire les écarts entre l'université et l'étudiant en étant au courant du service fourni.

**Problématique de l'étude :** Notre étude soulève le problème de la satisfaction des étudiants, nous tentons à mieux comprendre l'impact de la qualité des services fournis par les universités algériennes sur cette dernière, en s'appuyant sur le modèle SERVQUAL avec ses cinq dimensions. Les questions qui nous ont interpellées sont les suivantes :

- Quel est le niveau des dimensions de la qualité des services d'enseignement fournis par l'école supérieure de management Tlemcen en fonction des composantes de modèle SREVQUAL ?
- Quelles sont les dimensions les plus importantes de la qualité des services fournis par l'école supérieure de management Tlemcen ?
- Quelle est le niveau de satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen?

D'où la question fondamentale est la suivante: «*Quel est l'impact de la qualité de l'enseignement supérieur sur la satisfaction des étudiants de L'école supérieure de management Tlemcen ?* »

**Hypothèses de l'étude :** Pour mieux cerner les préoccupations suscitées, nous nous sommes appuyés sur une seule hypothèse principale qui est :

- **H1:** Il existe une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur (fiabilité, tangibilité, l'empathie,



réactivité, confiance) et la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

De cette dernière découle cinq sous hypothèses à savoir :

- **H1(a)** : il existe une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de tangibilité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(b)** : il existe une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension fiabilité à la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(c)** : il existe une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services l'enseignement supérieur lié à la dimension de réactivité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(d)** : il existe une relation positive directe entre les dimensions de la qualité de service et de l'enseignement supérieur lié à la dimension de la confiance sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(e)** : il existe une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de l'empathie sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

**L'importance de l'étude :** Elle réside dans l'évaluation de la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen, de mieux comprendre leurs préférences et de dévoiler leur niveau de satisfaction face aux services qui leur sont offerts.

- Clarifie l'importance d'appliquer la mesure de la qualité des services pour atteindre la satisfaction des étudiants.
- Réduire la fosse entre l'université et la société.
- Sensibiliser les décideurs au niveau de l'université algérienne et mettre à leurs dispositions un modèle aidant à améliorer leurs services offerts.

#### **Les études antécédantes :**

**Etude de Ceyhan Aldemir et Yaprak Gülcan (2001) :** « satisfaction des étudiants dans l'enseignement supérieur en Turquie » (Gülcan, 2004)

Cette étude s'intéressait au degré de satisfaction des étudiants vis-à-vis de l'Université turque Dokuz Eylül - Faculté des sciences commerciales, où la problématique s'est présentée comme suite :

Quel est le degré de satisfaction des étudiants de l'Université Dokuz Eylül vis-à-vis les services qui leur sont fournis ?

Les résultats obtenus étaient les suivants : 60,3% des étudiants sont généralement satisfaits des services éducatifs fournis par l'université, tandis que 15,4% ne sont pas satisfaits et 24% n'ont pas encore décidé. Ces pourcentages sont considérés comme positifs puisque l'université n'est pas vieille, puisque le collège a été créé en 1992.



**Etude de luca petruzzellis et autres (2006) :** Intitulé « Évaluation de la qualité des services universitaires dans les universités italiennes et la satisfaction des étudiants » (Luca & autres, 2006):

L'étude portait sur la mesure du degré de la satisfaction des étudiants de l'Université de Barry vis-à-vis la qualité des services qui leur sont fournis en utilisant le modèle SERVEQUAL. Les résultats obtenus ont révélé une faible satisfaction quant à la qualité des services fournis par l'université, et que la quantité et la qualité des services fournis ne sont pas à la hauteur de la concurrence avec les autres universités et collèges.

**Etude d'Abiddin and ismail (2009) :** « Services fournis pour répondre aux besoins des étudiants en cours de fin d'études à l'Université de Malaisie » (Afferro & Abiddin, 2009).

Cet article visait l'identification du niveau des besoins des étudiants en termes d'informations et de services lors de l'obtention de leur diplôme de l'université. Les chercheurs ont utilisé le questionnaire sur un échantillon de (341) étudiants 148 questionnaires ont été récupérés. L'étude a indiqué que le niveau de services et d'informations fournis aux étudiants à l'université était moyen, et qu'il existe un écart entre les attentes des étudiants quant aux services attendus et les services fournis et perçus par les étudiants.

## **I. le cadre théorique de l'étude :**

### **1. qualité de service :**

La définition généralement admise, celle de l'Afnor NF X 506109 : « Aptitude d'un produit ou d'un service à satisfaire les besoins des utilisateurs. » (LOUAPRE, 1993).

La qualité de service est définie par Parasuraman et al. (1988) comme étant « l'écart entre les attentes du client à l'égard du service et la perception de la qualité après avoir utilisé le service » (TOQUER & LANGLAIS, 1992).

La qualité de service est définie comme « une évaluation holistique des services résultant d'une comparaison entre les attentes des clients et les performances réellement atteintes pour un service » (Ditandy, 2007).

Zeithaml et Berry ont défini la qualité de service comme « l'étendue de l'écart ou de la divergence entre les attentes et les désirs des clients et leur perception de la performance réelle du service fourni » (Mokhtar, Sanuri, & maiyaki, 2011).

### **2. Les dimensions de la qualité d'un service :**

Le modèle SERVQUAL a été conçu par des chercheurs américains (Parasuraman, A. Zeithaml, & Berry, 1985). En 1988, le modèle a été modifié afin de faciliter son utilisation dans l'analyse et l'identification des sources de problèmes de qualité et d'aider à les améliorer et les développer sur la base des dix dimensions, qui ont été raccourci à cinq dimensions que sont (la tangibilité, la fiabilité, confiance, l'empathie et la réactivité) (Finn & Lamb Jr, 1991).

**Tableau 1:«les dimensions de modèle SERVQUAL»**

Les dimensions	Explication des dimensions
<b>Tangibilité:installations physiques, équipement, et apparence de personnel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- devrait avoir un équipement à jour</li> <li>- les installations physiques doivent être visuellement attrayantes</li> <li>- les employés doivent être bien habillés et paraître soignés</li> <li>- l'apparence des installations physiques doit être conforme au type de services</li> </ul>
<b>Fiabilité exécuter le service promis de manière fiable et précise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- devraient faire les choses au moment où ils promettent</li> <li>- lorsque les clients ont des problèmes, ils doivent être compréhensifs et rassurant</li> <li>- devrait être fiable</li> <li>- devraient fournir leurs services au moment où ils promettent</li> <li>- devraient tenir des registres précis</li> </ul>
<b>Réactivité pour aider les clients et fournir un service rapide</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapidité dans la fourniture du service requis.</li> <li>- Réponse immédiate aux demandes des clients</li> <li>- Réponse immédiate aux demandes et réclamations</li> </ul>
<b>Empathie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre et connaître parfaitement les besoins du client</li> <li>- Horaires de travail adéquat</li> <li>- L'employé s'intéresse au client</li> </ul>
<b>Confiance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les clients doivent pouvoir faire confiance aux employés</li> <li>- les clients doivent se sentir en sécurité dans leurs transactions avec les employés de ces magasins</li> <li>- les employés doivent être polis</li> <li>- les employés devraient recevoir un soutien adéquat pour bien faire leur travail</li> </ul>

**Source:** Finn, D.W. & Lamb JrC. W. (1991). An Evaluation of the SEVQUAL Scales in a Retailing Setting. *Advances in consumer research*, Vol 18, N°1, p 487.

### 3. Satisfaction des clients :

D'après Jaque LENDREVIE et Denis LINDON : « la satisfaction d'un consommateur est un état psychologique après l'achat et la consommation d'un produit qui naît à la fois d'un processus comparatif et complexe. »(LENDREVIE, LEVY, LINDON, & MERCATOR, 2009).

Selon Yves LEGOLVAN : « la satisfaction des besoins des clients est la finalité même de la démarche marketing, elle exprime le degré de contentement procuré par la réponse apportée à un besoin ou un désir. »(LEGOLVAN, 1995).

Selon CHRISTIAN BARBARAY1(BARBARAY, 2016)dans son ouvrage «satisfaction, fidélité et expérience client retient trois définitions :

Celle de France publique dans son ouvrage de 2004 stipule que: « la satisfaction est un jugement de valeur qui résulte de la confrontation entre le service perçu et le service attendu.



Il complètera par la définition de SYLVIE LLOSSA, publiée dans sa thèse de 1997 et reprise de certains de ses travaux : « la satisfaction est fondée sur une comparaison de la performance perçue du service avec un standard préétabli ».

Il termine par une des dernières définitions historique d'YVES EVRARD en 1993 (notre métier est né dans les années 1990) : « la satisfaction est un état psychologique consécutif une expérience de consommation ».

## **II. Cadre empirique de l'étude :**

Notre étude empirique s'effectue dans le domaine des services, plus précisément dans l'enseignement supérieur.

### **1- Méthodologie et échantillon de recherche :**

#### **1.1- Démarche Méthodologique :**

Pour confirmer ou infirmer notre hypothèse et répondre à la problématique de l'étude, nous avons mené une étude empirique auprès des étudiants de « l'école supérieure de management Tlemcen ». Nous avons choisi l'approche descriptive, cela définit le cadre théorique et les concepts de base de la qualité de l'enseignement supérieure et la satisfaction des étudiants et leurs fondements théoriques.

En ce qui concerne le cadre appliqué, outre l'approche descriptive, la méthode des études de cas a été utilisée, à travers un formulaire pour tester les hypothèses de recherche sur l'organisation étudiée et également en s'appuyant à l'approche analytique pour analyser les résultats avec le programme SPSS.

#### **2.1- Communauté d'étude :**

La communauté d'étude est représentée par l'ensemble des étudiants de « l'école supérieure de management Tlemcen » 815 étudiants, afin de connaître et de déterminer l'impact de la qualité d'enseignement supérieur sur la satisfaction des étudiants

#### **3. 1- Echantillon de recherche :**

Dans notre étude, nous nous sommes appuyés sur un échantillon aléatoire dans l'école supérieure de management Tlemcen, qui touche tous les catégories des étudiants de l'école.

L'échantillon aléatoire est l'échantillon le plus expressif si le chercheur peut l'utiliser et le définir comme (Kandelji, 2008) « les échantillons dans lesquels chaque éléments de la communauté d'étude a une opportunité spécifique d'être un échantillon de vocabulaire ».

En raison de l'épidémie covid 19 et la méthode des études à distance sous forme de vagues ( qui nous ont rendu difficile la distribution d'un questionnaire aux étudiants et leur rencontre), nous nous sommes appuyés sur un questionnaire en ligne destiné aux 815 étudiants. Ce dernier était partagé sur la page officielle de l'école et les pages des clubs scientifique de l'école ainsi que les groupes des étudiants de l'école. Le nombre de questionnaires valide pour l'étude était de 385 questionnaires, soit environ 47,23% ( un taux supérieur 30%) de la population



étudiée, c'est un pourcentage qui nous permet d'étudier et d'analyser les caractéristiques de l'échantillon étudié.

#### 4.1- Variable de recherche :

Après avoir examiné la littérature et les études antérieures, les variables de l'étude ont été identifiées comme suit :

- **La Variable indépendante:** Les dimensions de la qualité des services de l'enseignement supérieur selon le modèle SERVQUAL (**Fiabilité, Tangibilité, Réactivité, L'empathie, La confiance**).
- **La variable dépendant :** Satisfaction des étudiants

## 2- Analyse des données de l'étude :

### 2.1-Fiabilité du questionnaire :

Pour nous assurer de la fiabilité des dimensions identifiées, une analyse du coefficient Alpha cronbachété réalisée.

Le tableau ci-dessous montre les résultats du test Alpha cronbach :

**Tableau 2: « Le test total d'Alpha cronbach ».**

Nombre des items	Alpha cronbach
35	0,97

**Source :** établir par les chercheurs a partir des résultats de spss v24

D'après le résultat du tableau, la valeur du coefficient Alpha de Cronbach est de (0,97), elle a largement dépassé (0,6).Donc, les résultats obtenus révèlent une excellente fiabilité

### 2.2-L'analyse de la qualité des services selon le modèle SERQUAL :

Le test T (test T Sample One) a été utilisé pour analyser les données du questionnaire.

**Tableau 3 : Poids de l'échelle Likert**

Longueur du niveau (Poids)	1-1,8]	]1,8-2,6[	]2,6-3,4[	]3,4-4,2[	4,2et plus
Niveau d'accord	Tout à fait désaccord	Désaccord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord

**Source :** établir par les chercheurs

Les valeurs qui figurent dans le tableau 3 calculant le niveau de l'échelle de LIKERT démontrent leur poids et la longueur utilisée qui est de 4/5 et qui est égale à 0,80.



**Tableau4 : Analyse de la qualité des services selon modèle SERVQUAL**

Niveau	Moyenne	Ecart type	Test T	Ddl	Sig
<b>Fiabilité</b>	3,39	1,186	6,52	384	0,00
<b>Tangibilité</b>	3,29	1,24	4,694	384	0,08
<b>Réactivité</b>	3,47	1,18	6,384	384	0,00
<b>Empathie</b>	3,42	1,17	7,19	384	0,00
<b>Confiance</b>	3,48	1,13	8,548	384	0,00
<b>Score totale</b>	3,41	1,1812	6,6672	384	0,016

**Source :** établi par les chercheurs à partir des résultats de spss v24  
 Les résultats obtenus figurant dans le tableau 4, démontrent que la moyenne des cinq dimensions dumodèleSERVQUALvariententre 3.29 et 3.48 avec un score total moyen égal à 3,41. Nous constatons que les étudiants de l'école ont exprimé leurs indifférences vis-à-vis les services offerts par l'école de management Tlemcen.

### 3.2-Analyse des données concernant la satisfaction des étudiants :

Cette partie traite l'analyse des résultats concernant la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen

**Tableau5: Analyse descriptive des données de la satisfaction**

Niveau	Moyenne	Ecart type	Test T	Ddl	Sig
<b>Totale</b>	3,48	1,17	8,17	384	0,00

**Source :** établie par les chercheurs à partir des résultats de spss v24

Le tableau 5 démontre les résultats obtenus, la moyenne est de 3.48 exprimant une satisfaction restreinte avec un écart type de 1.17.

### 3-Teste l'hypothèse et discussion des résultats :

Rapelons que l'hypothèse de notre étude est : il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur (fiabilité, tangibilité, l'empathie, réactivité, confiance) et la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

Cette dernière est divisée en cinq sous hypothèses à savoir :

- **H1(a) :** il y a une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de tangibilité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(b) :** il y a une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension fiabilité à la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.





- **H1(c)** : il y a une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services l'enseignement supérieur lié à la dimension de réactivité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(d)** : il y a une relation positive directe entre les dimensions de la qualité de service et de l'enseignement supérieur lié à la dimension de la confiance sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.
- **H1(e)** : il y a une relation positive directe entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de l'empathie sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

### 3.1- L'hypothèse principale :

**H1**: il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur (fiabilité, tangibilité, l'empathie, réactivité, confiance) et la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

#### a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square) :

**Tableau6: « Coefficients de corrélation »**

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,811 <sup>a</sup>	,658	,657	5,01536

Source : élaboration des chercheurs à l'aide de SPSS v24

Les résultats présentés dans le **tableau 6**, montrent que le coefficient de détermination est de 0.657, ce qui donne un coefficient de corrélation entre les deux variables satisfaction et la qualité de 0,811. Ce résultat explique l'impact de la qualité des services offerts sur la satisfaction en exprimant une forte relation entre ses deux variables avec un pourcentage de 81,1 %.

#### b- Analyse de la variance ANOVA :

**Tableau7: « la variance ANOVA »**

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Régression	18496,336	1	18496,336	735,329	,000 <sup>b</sup>
Résidus	9633,908	383	25,154		
Total	28130,244	384			

Source : élaboration des chercheurs à l'aide de SPSS v24

Le **tableau 7** montre l'importance de l'influence mutuelle entre les dimensions de la qualité des services et la satisfaction des clients.

La probabilité de significativité Sig = 0,000 <  $\alpha$  = 0,05 ce qui confirme la validité du modèle linéaire, c'est pourquoi nous acceptons l'hypothèse H1, l'existence d'une relation positive statistiquement significative entre la qualité des services d'enseignement supérieur et la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen à un niveau moral de 5%.



### 3.2- Les sous hypothèses :

**H1(a) :** il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de tangibilité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

#### a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square)

Tableau8: « Coefficient de corrélation »

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,766 <sup>a</sup>	,587	,586	5,50777

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

Nous constatons que le coefficient de détermination  $R^2=0,587$  cela indique que la composante ou biens la dimension de fiabilité affecte la satisfaction ou le sentiment de satisfaction, et que le coefficient de corrélation a atteint  $R = 0,766$ , indiquant l'existence d'une forte relation directe entre la fiabilité et la satisfaction avec un taux de 76,6%,

#### b- Analyse de la variance ANOVA

Tableau9: « la variance ANOVA »

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Régression	16511,748	1	16511,748	544,304	,000 <sup>b</sup>
Résidus	11618,497	383	30,336		
Total	28130,244	384			

Source :Elaboration des chercheurs à l'aide de SPSS v24

La probabilité de significativité  $\text{Sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$  ce qui confirme la validité du modèle linéaire ainsi que la deuxième sous hypothèse : il y a un effet statistiquement significatif de la qualité des services de l'enseignement supérieur lié à la dimension fiabilité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

**H1(b) :** il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension fiabilité à la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

#### a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square)

Tableau10: « Coefficient de corrélation »

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,669 <sup>a</sup>	,447	,445	6,37371

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

À partir du tableau 10, nous constatons que le coefficient de détermination  $R^2=0,447$  indiquant que la composante de fiabilité affecte la satisfaction ou le sentiment de satisfaction, et que le coefficient de corrélation a atteint  $R = 0,669$ , indiquant qu'il existe une forte relation directe entre la tangibilité et la satisfaction avec un taux de 66,9%.



### b- Analyse de la variance ANOVA

**Tableau11: « la variance ANOVA »**

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Régression	12571,192	1	12571,192	309,451	,000 <sup>b</sup>
Résidus	15559,052	383	40,624		
Total	28130,244	384			

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

La probabilité de significativité Sig = 0,000  $< \alpha = 0,05$  cela confirme la validité du modèle linéaire. Et donc, nous confirmons l'hypothèse qui dit qu'il existe un effet statistiquement significatif de la qualité des services de l'enseignement supérieur lié à la dimension fiabilité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen

**H1(c)** : il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services l'enseignement supérieur lié à la dimension de réactivité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

### a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square)

**Tableau12: « Coefficient de corrélation »**

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,690 <sup>a</sup>	,476	,474	6,20455

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

On remarque que le coefficient de détermination  $R^2=0,476$  Cela indique que la dimension de fiabilité a un impact sur la satisfaction ou le sentiment de satisfaction, et que le coefficient de corrélation a atteint  $R = 0,690$ , indiquant qu'il existe une forte relation directe entre la réactivité et la satisfaction avec un taux de 69%

### b- Analyse de la variance ANOVA

**Tableau13:« la variance ANOVA »**

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Régression	13386,095	1	13386,095	347,723	,000 <sup>b</sup>
Résidus	14744,149	383	38,496	Résidus	
Total	28130,244	384			

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

La probabilité de significativité Sig = 0,000  $< \alpha = 0,05$  ce qui confirme la validité du modèle linéaire. Donc, nous confirmons notre hypothèse : il existe un effet statistiquement significatif de la qualité des services de l'enseignement supérieur lié à la dimension réactivité sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen

**H1(d)** : il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité de service et de l'enseignement supérieur lié à la dimension de la confiance sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.



**a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square)**

**Tableau14: « Coefficient de corrélation »**

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,768 <sup>a</sup>	,589	,588	5,49119

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

À partir du tableau, on remarque que le coefficient de détermination  $R^2=0,589$  ce qui explique que la composante de empathie affecte la satisfaction ou le sentiment de satisfaction, et que le coefficient de corrélation a atteint  $R = 0,768$ , indiquant qu'il existe une forte relation directe entre la réactivité et la satisfaction avec un taux de 76,8%.

**b- Analyse de la variance ANOVA :**

**Tableau15: « la variance ANOVA »**

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carrémoyen	F	Sig.
Régression	16581,591	1	16581,591	549,913	,000 <sup>b</sup>
Résidus	11548,654	383	30,153		
Total	28130,244	384	Total		

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

La probabilité de significativité  $Sig = 0,000 < \alpha = 0,05$  démontrant la validité du modèle linéaire ce qui confirme l'hypothèse qui dit qu'il existe un effet statistiquement significatif de la qualité des services de l'enseignement supérieur lié à la dimension empathie sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieur de management Tlemcen.

**H1(e)** :il y a une relation positive significative entre les dimensions de la qualité des services d'enseignement supérieur lié à la dimension de la confiance sur la satisfaction des étudiants de l'école supérieure de management Tlemcen.

**a- Coefficient de corrélation (R carré)(R-square) :**

**Tableau16: « Coefficient de corrélation »**

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,752 <sup>a</sup>	,566	,565	5,64556

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

À partir du tableau 16, on remarque que le coefficient de détermination  $R^2=0,566$  Cela indique que la composante de fiabilité affecte la satisfaction ou le sentiment de satisfaction, et que le coefficient de corrélation a atteint  $R = 0,752$ , indiquant qu'il existe une forte relation directe entre la réactivité et la satisfaction avec un taux de 75,2%.



## b- Analyse de la variance ANOVA

Tableau17 : « la variance ANOVA »

	Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
ANOVA	Régression	16581,591	1	16581,591	549,913	,000 <sup>b</sup>
	Résidus	11548,654	383	30,153		
	Total	28130,244	384	Total		

Source :Préparé par les chercheurs à l'aide de SPSS v24

La probabilité de significativité Sig = 0,000  $< \alpha = 0,05$  confirme la validité du modèle linéaire. Les résultats que nous avons obtenus déterminent l'impact des variables indépendantes sur la variable dépendante et confirment les cinq sous hypothèses précédemment citées. Ces résultats semblent apporter la preuve que l'antécédent principal de la satisfaction est la qualité de service avec un coefficient de corrélation de 81,1 et % à un niveau moral de 5%

Notons que les résultats obtenus sur l'échantillon étudié (les étudiants de l'école supérieur de management Tlemcen) dans le but de vérifier l'impact des dimensions du modèle SERVQUAL sur la satisfaction, ont montré l'existence d'une relation explicative entre les dimensions (fiabilité, tangibilité, réactivité, empathie et confiance) étant des variables indépendantes et la variable dépendante satisfaction.

Nous avons également constaté que la dimension empathie ayant l'impact le plus important 76,8%. Ce qui démontre qu'elle joue un rôle major dans l'augmentation du degré de satisfaction des étudiants, et indique que l'école supérieur de management Tlemcen doit s'efforcer à créer un climat de confiance et de sécurité des relations au sein du campus universitaire, améliorer le niveau des soins que les étudiants reçoivent, ainsi de savoir dans quelle mesure le personnel a un esprit d'humour, de respect et d'amitié dans leurs relations avec les étudiants. Les étudiants ont également réalisé qu'il y a une fiabilité dans le service fourni, ce qui influe directement la satisfaction du public avec un pourcentage de 76,6%. En conséquence l'école supérieure de management Tlemcen est dans l'obligation d'améliorer ses services pour atteindre la satisfaction de ses étudiants. Quant à l'impact de la confiance, de la réactivité et de la tangibilité sur la satisfaction globale des étudiants, le résultat ont été prouvé respectivement : 0,752, 0,690 et 0,669. Ces résultats confirment l'existence d'une relation significative entre ces dimensions et la satisfaction. Les étudiants constatent également que l'équipement et les fournitures de l'école ainsi que les engagements, les promesses et les transactions ne répondent pas à leurs besoins sur une base continue. Ainsi, ces résultats sont cohérents avec l'étude menée à cet égard.

**Conclusion :**

A travers la présente recherche, nous avons essayé de surligner sur les différents aspects ayant un impact sur la qualité de service de l'enseignement supérieur. Les résultats expérimentaux obtenus ont démontré que l'étudiant donne une grande importance à la qualité du service fournie. Plus ce dernier la perçoit positivement, plus il est satisfait. Cela signifie que la qualité du service offert joue un rôle important dans la formation de la satisfaction et détermine le succès de l'école supérieure de management Tlemcen. Ce qui permettra certainement à cet école de fournir un double effort afin d'apporter des améliorations réelles et effectives ainsi que pour donner plus de soins aux variables pertinentes sélectionnées

**Recommandation :**

Sur la base des résultats de l'étude, nous proposons quelques axes ainsi que des pistes de réflexions à savoir :

- Evaluation continue de la qualité des services d'enseignement fournis par l'école dans toutes ses dimensions pour assurer la satisfaction des étudiants.
- Suivre le développement technologique et soutenir la recherche scientifique
- La nécessité de convaincre la haute direction des établissements de l'enseignement supérieur de l'inévitabilité du changement et de transition vers management de la qualité totale.
- Accroître l'attention de l'école sur les dimensions de la tangibilité et de la confiance, car l'étude a prouvé le grand impact qu'elles jouent dans l'augmentation de satisfaction des étudiants
- La nécessité de revoir et d'évaluer les normes de qualité de temps à autre en raison de changements pouvant survenir dans l'environnement externe.
- Stimulation morale pour le personnel enseignant d'appliquer les normes de qualité de l'enseignement supérieur
- S'efforcer d'obtenir une amélioration continue de la qualité du service éducatif, en particulier les dimensions de la qualité, surtout la fiabilité et l'empathie tangibles, où les étudiants ont montré un faible niveau de satisfaction.

Les établissements d'enseignement supérieur doivent veiller sur l'élément qualité et améliorer tous les services universitaires fournis pour d'assurer leur continuité.

Afin d'atteindre un niveau de qualité distingué, l'école doit d'abord évaluer le niveau de qualité dans l'établissement et connaître les opinions des étudiants qui sont ses principaux clients, puis essayer de combler les écarts qui peuvent se produire entre l'étudiant et l'établissement d'enseignement pour préserver sa réputation et son image.



### Références bibliographiques :

- A Parsu Parasuraman , Valarie A.Zeithaml , Leonard L Berry (1985) , “A conceptual model of service quality and its implications for future research ” , Sage publications Inc , first edition , USA , p50.
- Afferro, Ismail and Abiddin, Norhasni (2009) « service attributes of Graduate Research Students Needs In Malaysian University », The Journal Of International Social Research, Volume 2, No6.
- Amer Kandelji, (2008), "La recherche scientifique et l'utilisation des sources d'information traditionnelles et électroniques", Dar Al-Maysara, Amman, deuxième édition, 277, p. 615.
- Benoit meyronincharlesDitandy , (2007),« du management au marketing des services», édition, Dunod, Paris, p 120.
- CeyhanAldemir et YaprakGülcan, (2004), « satisfaction des étudiants dans l'enseignement supérieur en TURQUIE » Éditions de l'OCDE vol 2 ,No 16, pages 121 à 135 ISSN 1682-346X.
- Christian Barbaray, (2016), « satisfaction, fidélité et expérience client »,être à l'écoute de ses clients pour une entreprise performante, Dunod, France, Page 05.
- Finn, D. W. & Lamb Jr, C. W. (1991). An Evaluation of the SERVQUAL Scales in a Retailing Setting. *Advances in consumer research*, Vol 18, NO 1: 483-490.
- Francis Buttle, *European, journal of Marketing* 30,1, SERVQUAL: Review, critique, research agenda, p9
- <http://buttleassociates.com/doc/SERVQUALcritiqueEJM.pdf>, [consulte: le 12/052021]
- Genard Toquer, Michel Langlais,(1992),« marketing des services : le défi relationnel », éditions Dunod, France,p 44
- .Imad Ali Kasasbeh, (2019), "L'impact de la qualité des services éducatifs sur la satisfaction des étudiants à l'Université de Mutah", *Journal of Human Sciences and Society*, Vol.08, No.02 - pp.189-210.
- Legolvan (Y). (1995), « Stratégie, segmentation, marketing-mix et politique de l'offre », éd d'organisation, Paris, P 186.
- Lendrevie, J, Levy, J. Lindon, D, (2009), « Mercator - théorie et nouvelles pratique du marketing ». Edition Dunod , Paris : 9ème édition, P.859
- .Louapre, B, (1993), « la qualité s'il vous plait », édition, Paris, P24.
- Luca Petruzzellis and auther(2006) “Student satisfaction and quality of service in Italian universities”*Managing Service Quality* ,Vol. 16 No. 4, pp. 349-364
- MohdMokhtar , SanySanuri and maiyaki ,(2011)“ The relationship between service quality and satisfaction on customer loyalty in Malaysian mobile communication industry “ , school of doctoral studies Journal, India