

**Área temática:** Marketing de serviços e varejo

**Título do trabalho:** QUALIDADE DE SERVIÇO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO NAS BASES DE DADOS INTERNACIONAIS

**AUTORES**

**DEOSIR FLÁVIO LOBO DE CASTRO JÚNIOR**

Universidade do Vale do Itajaí  
deosir@ifsc.edu.br

**ELVIS SILVEIRA-MARTINS**

Universidade Federal de Pelotas  
elvis.professor@gmail.com

**MARIA DA GRAÇA SARAIVA NOGUEIRA**

Universidade do Vale do Itajaí  
nogueiramg@ig.com.br

**RESUMO:**

O objetivo deste artigo é revisar o tema qualidade de serviços nas bases de dados internacionais EBSCO e ProQuest, apresentando os resultados sobre o estado da arte deste assunto e as características dos trabalhos científicos já publicados. Dentre as contribuições para futuras pesquisas são apresentadas: autores mais citados, publicações mais referenciadas, metodologia mais utilizada, termos utilizados na busca nas bases internacionais, *journals* internacionais com mais publicações sobre o tema qualidade de serviço, redes de autores, rede de instituições de ensino, 132 artigos e as relações já estudadas, distribuição da quantidade de publicações por ano e critérios para escolha da metodologia na pesquisa em qualidade de serviços. O método utilizado foi a bibliometria, sendo investigados 132 artigos de um universo de 13.427. Os trabalhos analisados compreendem o período de 1985 a 2011. Os resultados sugerem que: a) os trabalhos de Parasuraman, Berry e Zeithaml (1985, 1991) continuam influenciando a formulação de variáveis para a mensuração da qualidade na prestação de serviços; b) o tema continua sendo pesquisado pela sua importância e relevância as organizações; e, c) a pesquisa sobre qualidade de serviços recebeu no decorrer dos anos diversos tratamentos metodológicos.

**Palavras-chave:** qualidade de serviços, serviços, bibliometria.

**ABSTRACT:**

The aim of this paper is to review the subject of quality of services in international databases EBSCO and ProQuest, presenting the results on the state of art of this subject and the characteristics of scientific papers published. Among the contributions for future research are presented: the most cited authors, publications referenced method most used search terms used in international databases, international journals with more publications on the subject of quality of service, network of authors, a network of educational institutions, 132 articles and links have been studied, the distribution of number of publications per year and criteria for choice of methodology in research on quality of services. The method used was bibliometrics, and investigated 132 articles from a universe of 13,427. The studies analyzed cover the period from 1985 to 2011. The results suggest that: a) the work of Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985, 1991) continue to influence the formulation of variables to measure the quality of services; b) continues the theme being researched for its importance and relevance

organizations and c) research on quality of services received over the years, several methodological treatments.

**Keywords:** quality of service, services, bibliometrics.

## 1. INTRODUÇÃO

No setor de serviços existe uma diversidade de empresas dos mais variados tamanhos e segmentos que são submetidas diariamente ao dinamismo do mercado, fruto de acirrada concorrência que acaba por forçar os gestores a tomarem decisões em tempo real para atender as exigências de seus consumidores e usuários. Estas características direcionaram, já na década de 1980, alguns pesquisadores a investigar a temática qualidade de serviços, concluindo que, a percepção dos gestores é, por muitas vezes, diferente daquela de seus consumidores. Ao existir esta dificuldade, de manter uma visão realista da qualidade nos serviços prestados, outros estudos apontaram para a necessidade de conhecer as percepções dos clientes externos buscando contrastar com as dos gestores e funcionários (LOVELOCK, 1983; NIGHTINGALE, 1985; CALLAN, 1988; ARMISTEAD, 1989).

Willborn (1986), Collier (1987) e Rhyne (1988) estudaram a qualidade e concluíram que a garantia da qualidade de uma empresa serviço é tarefa de seus gestores. Edvardsson, Mattsson (1993) e Pitt e Jeantrout (1994), tomando a perspectiva de encontro de pessoas na prestação de serviços, mostram que os gestores recebem uma nova função para dar o apoio ao processo nesta interação. Pitt, Watson e Kavan (1995) argumentam que ignorando medidas de expectativas dos clientes, diminui-se o conhecimento dos gestores.

Diante destes aspectos, observa-se a importância de se discutir e entender qual o estado da arte sobre este tema, que desperta o interesse de pesquisadores de marketing pelo mundo. Nesta perspectiva, o presente estudo objetiva bibliografar o tema qualidade de serviços nas bases de dados internacionais: EBSCO e ProQuest.

Justifica-se o presente estudo pela necessidade de explorar a temática qualidade de serviços em produções científicas reconhecidas pela academia, verificando suas características e o estado da arte internacional, subsidiando assim novas pesquisas. Outro aspecto que legitima esta pesquisa é o fato de não terem sido encontrados estudos similares com esta abordagem no Brasil.

Neste sentido, este artigo está organizado em cinco seções. A primeira parte explora passo a passo a gênese, o desenvolvimento e a consolidação da temática qualidade de serviços. Na segunda seção, apresenta-se o quadro teórico de referência que procura situar o contexto intelectual onde se empreendeu o estudo, na sequência, aborda-se a metodologia que orientou a condução do estudo sob análise. Na quarta seção, discute-se e pondera-se sobre a análise dos dados bibliográficos e na última seção, tecem-se reflexões e novas direções e possibilidades para estudos sobre qualidade de serviços.

## 2. QUALIDADE DE SERVIÇO

Lovelock (1983) e Bitner e Obermiller (1985) conceituam o serviços como sendo, qualquer ato ou desempenho que busque a satisfação do consumidor. Diferentemente do conceito de serviços, a definição da qualidade de serviços é mais complexa.

O conceito de qualidade de serviços tem sido construído sob diversos ângulos. A busca pela entrega da satisfação do consumidor é visto por Grönroos (1982), que a qualidade de serviços diferenciando-a entre a qualidade técnica (o que se recebe) e a funcional (o como se recebe), Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) comparando o serviço que esperam com as percepções do serviço que recebem; Cronin (1992) a avaliação de qualidade é realizado aferindo o desempenho da prestação de serviço. Apesar de não existir até o presente momento uma unanimidade, o paradigma da desconformação que é resultante da expectativa do serviço menos o que é percebido, é o paradigma mais utilizado em pesquisas.

Uma vez que, a metodologia mais utilizada nas pesquisas é o SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988, 1991, 1994), as dimensões da qualidade de serviço

mais utilizadas são: Confiança, Atenção, Segurança, Empatia e Tangibilidade. As dimensões servem para a entrega da qualidade dos serviços é para atender as quatro características específicas do serviço, como inseparabilidade, intangibilidade, perecibilidade e heterogeneidade.

### 3. METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos desta pesquisa estão alicerçados na técnica da bibliometria. De acordo com Araujo et al. (2000) este tipo de estudo busca observar a evolução da literatura e o conhecimento produzido no decorrer dos anos.

Nestes moldes, foram utilizados os termos *service quality*, *marketing strategy*, *marketing service* e *service encounter* para localizar artigos referentes a qualidade de serviços nas bases de dados EBSCO e ProQuest. Considerou-se que estas palavras-chave deveriam estar contidas no título ou no resumo dos trabalhos. Foram desconsiderados todos os artigos que não se encontravam completos, além das críticas literárias. Do universo de 13.427 artigos, considerou-se apenas os artigos que possuíam *Index H* igual ou maior do que 5. Após esta seleção restaram 211 artigos da base EBSCO e 110 artigos originários da base ProQuest. O terceiro filtro aplicado foi o de exclusão de artigos que se encontravam nas duas bases e os que utilizavam os termos *service quality*, *marketing strategy*, *marketing service* e *service encounter* de maneira genérica, sem vínculo com a temática de qualidade de serviços. Desta forma, a seleção final dos artigos resultou em um total de 132 artigos válidos, sendo 121 artigos da base EBSCO e 11 artigos da base ProQuest.

Após a apresentação dos aspectos metodológicos que nortearam o desenvolvimento desta pesquisa, a seguir será realizada a análise bibliométrica sobre as publicações identificadas na coleta dos dados.

### 4. ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

Inicialmente foi investigado qual o autor mais citado nos estudos sobre serviço. Com este critério, Parasuraman aparece como o mais citado com 255 referências, em seguida a autora Zeithaml com 125 citações, em terceiro Grönroos com 97 citações, em quarto Cronin com 85 citações e em quinto aparece Berry com 66 citações.

Diversos modelos também foram desenvolvidos, dentre os mais utilizados e citados em pesquisas foram os desenvolvidos por Grönroos (1984); o modelo conceitual da qualidade de serviço desenvolvido por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985); o modelo SERVQUAL de Parasuraman, Berry e Zeithaml (1988, 1991) e o modelo SERVPERF de Cronin e Taylor (1992, 1994). Até a presente data, o modelo SERVQUAL (1988, 1991) é o mais utilizados em suas dimensões, metodologia e aplicação de seus questionários.

Pela bibliometria foi possível observar a quantidade de artigos publicados, em quais *journals* e seu respectivo *Índex H*. Este indicador busca auxiliar as futuras submissões, pois identifica os periódicos que possivelmente possuam linhas de interesse em trabalhos que abordem tema qualidade de serviço. O periódico *The Service Industries Journal* se destaca com sendo o de maior número de publicações com 95 artigos entre os anos 1985 e 2011. Na sequência por quantidade de publicações estão, 18 artigos do *Service Marketing Quarterly* e *H-5*; 11 artigos do *MIS Quarterly* e *H-82*; 5 artigos do *Journal of International Marketing* e *H-30*.

O Quadro 1, a seguir, apresenta em ordem decrescente as publicações pela quantidade de citações, sua referência e o *Index H* da publicação. Também é foco da pesquisa verificar quais foram as publicações mais citadas. O período pesquisado inicia em 1985 e termina em 2011.

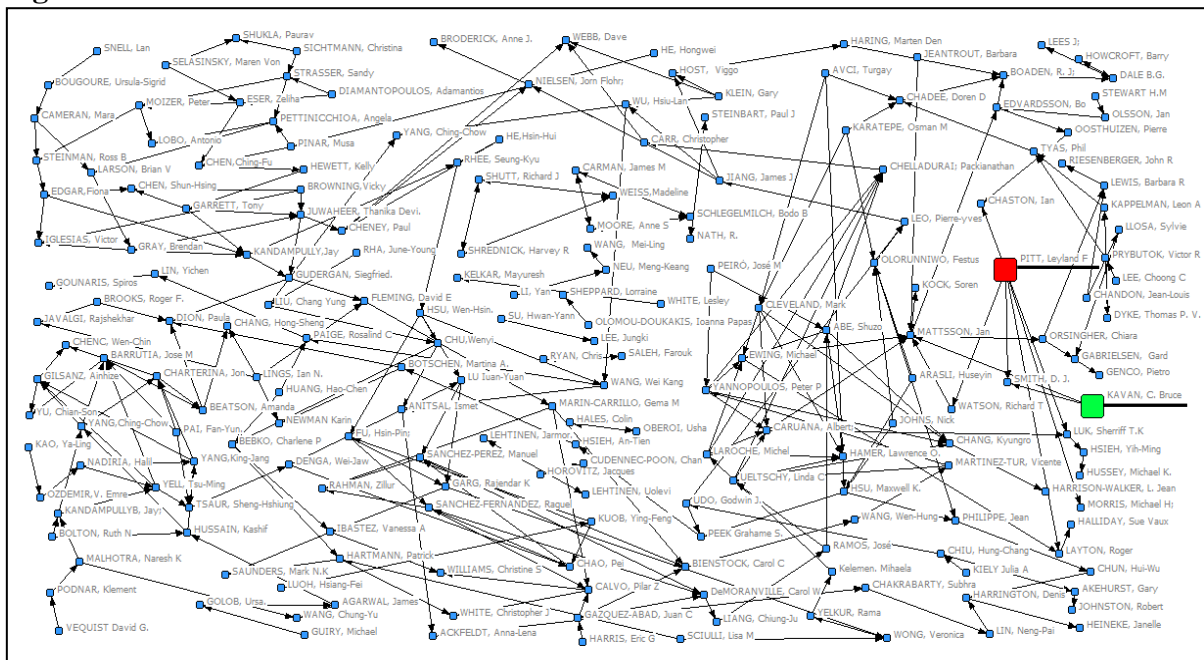
**Quadro 1 – Artigos mais citados nos artigos sobre qualidade de serviços**

	Qtd	Referência dos artigos mais citados	INDEX H
1	75	PARASURAMAN, A; ZEITHAML; V.A; BERRY, L.L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. <b>Journal of Retailing</b> , v.64, n.1, p. 12-37, 1988.	53
2	71	PARASURAMAN, A; ZEITHAML; V.A; BERRY, L.L. A conceptual model of service quality and its implications for further research. <b>Journal of Marketing</b> , v.49, p. 41-50, 1985.	99
3	49	CRONIN, J.; TAYLOR, S. Measuring service quality: A reexamination and extension. <b>Journal of Marketing</b> , v.56, n. 3, p. 55-68, 1992.	99
4	35	CARMAN, J.M. Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, <b>Journal of Retailing</b> , v.66, p.33-55, 1990.	53
5	34	PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V.A; BERRY, L.L. Refinement and reassessment of the Servqual Scale, <b>Journal of Retailing</b> , v. 67, n. 4, p. 420-50, 1991.	53
6	26	ZEITHAML, V., PARSURAMAN, A. BERRY, L.L. <b>Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and expectations</b> , New York: The Free Press, 1991.	N.S.A.
7	25	GRONROOS, C. <b>Strategic management and marketing in the service sector</b> . Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration. 1982 .	N.S.A.
8	25	BITNER, M. J. Evaluating Service Encounters: the Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, <b>Journal of Marketing</b> , v.54, p.69-82, 1990.	99
9	23	PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V.A; BERRY, L.L. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research. <b>Journal of Marketing</b> , v. 58, p.111-124, 1994.	99
10	23	TEAS, R.K. Expectations, performance evaluation, and customers perceptions of quality. <b>Journal of Marketing</b> , 57(4), p.18-34, 1993.	99
11	22	CRONIN, J.J; TAYLOR, S.A. 'SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance Based and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality', <b>Journal of Marketing</b> , v.58, n.1, p 125-131, 1994 .	99
12	21	ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. The behavioural consequences of service quality. <b>Journal of Marketing</b> , 60(4), 31-46. 1996.	99
13	21	GRONROOS, C. A Service Quality Model and its Marketing Implications': <b>European Journal of Marketing</b> , v.18, n. 4, p. 36-44, 1984.	19
14	18	BITNER, M. J. The service encounter: diagnosing favourable and unfavourable incidents, <b>Journal of Marketing</b> , 54(1), p.71-84. 1990.	99
15	17	BERRY. LE; PARASURAMAN, A. <b>Marketing Services: Competing Through Quality</b> , Free Press, New York, 1991.	N.S.A.
16	15	PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria, <b>Journal of Retailing</b> , n.70, p. 201-230, 1994.	53
17	15	LOVELOCK, C.H. Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. <b>Journal of Marketing</b> , 47, p. 9-20, 1983.	99
18	15	ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. The nature and determinants of customer expectations of service. <b>Journal of the Academy of Marketing Science</b> , n.21, p. 1-12. 1993.	68
19	15	ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. Communication and control processes in the delivery of service quality. <b>Journal of Marketing</b> , v.52, p.35-48. 1988.	99
20	14	GRONROOS, C. <b>Service Management and Marketing - Managing the Moments of Truth in Service Competition</b> , Lanham. MD: Lexington Books. 1990.	N.S.A.

N.S.A: não se aplica

Visando explorar não somente as obras mais citadas e as publicações em periódicos de alto impacto, com a pesquisa bibliométrica foi possível observar a formação de redes de autores. Através da rede se verifica que a autora Leyland F. Pitt foi a autora que mais apresenta relações, perfazendo 10 laços de saída. O co-autor mais chamado para a realização das publicações foi C. Bruce Kavan, totalizando 6 laços de entrada. Na figura 1, é apresentada a formação das diversas redes de autores no mesmo período estudado.

Figura 1 – Redes de autores



Além da rede de autores, outra rede que se pode constatar foi a rede de instituições de ensino em diversos países. A *University of Wales*, no Reino Unido, é a instituição com maior laços de saídas, totalizando em 7, sendo a *University of Georgia*, nos Estados Unidos da América, a instituição com maior laços de entradas, somando também 7.

Destacam-se as palavras utilizadas para pesquisas futuras nas bases de dados internacionais são *service quality*, *marketing strategy*, *marketing service* e *service encounter*.

Com o intuito de identificar quais as relações nos estudos com a qualidade de serviço e contribuir, desta forma, com futuras pesquisas o quadro 3 apresenta estas relações.

Quadro 3 – Variáveis utilizadas para mensuração da qualidade de serviço

ANO	ESTUDO	ESTUDO RELAÇÃO REALIZADA COM QUALIDADE DE SERVIÇO
1985	Nightingale	Satisfação e desempenho.
1986	Willborn	Garantias da qualidade-auditória e desempenho.
	Oakland	Design de serviços, custos e conformidades
1987	Collier	Níveis de Qualidade e serviço ao consumidor, necessidades e desempenho.
1988	Lees e Dale	Círculo da qualidade total, diferenciação de serviços e imagem.
	Edvardsson	Incidentes críticos, Interação, Diferenciação de serviço e desempenho financeiro.
	Rhyne	Satisfação, utilização, competitividade, eficiência, produtividade, e desempenho.
1989	Callan	Dimensões do SERVQUAL (1985).
	Armistead	Quadro de tempo, franqueza, flexibilidade, estilo, direção e Segurança.
1990	Oberoi e Hales	Dimensões do SERVQUAL (1985).
	Horovitz e Cudennec-Poon	Atendimento, Linha de frente, Comunicação e Liderança.
1991	Lehtinen e Lehtinen	Diferenciação de serviços.
	Saleh e Ryan	Dimensões do SERVQUAL (1985).
1992	Shrednick, Shutt, e Weiss	Diferenciação, Produtividade, Liderança, planejamento, satisfação, garantia de serviços, análises e informações e Desempenho.

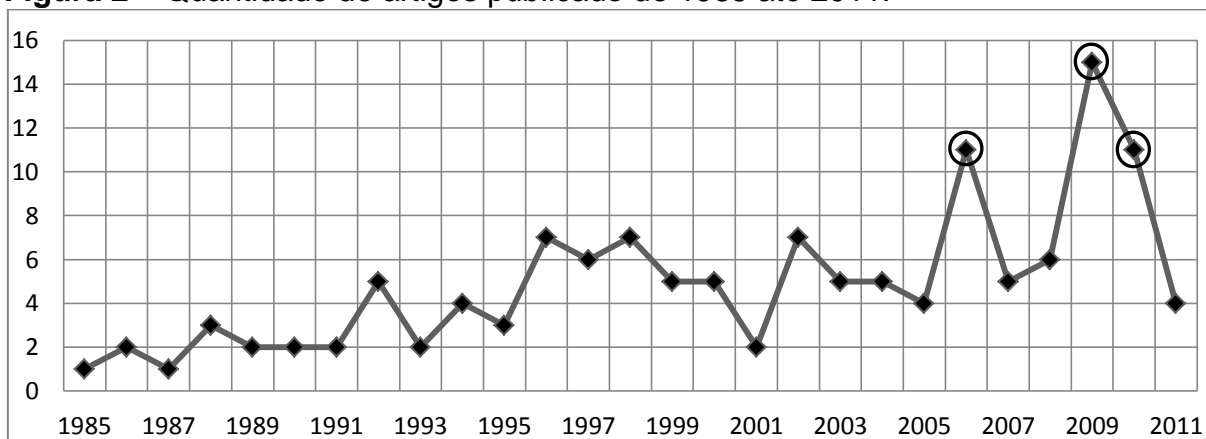
ANO	ESTUDO	ESTUDO RELAÇÃO REALIZADA COM QUALIDADE DE SERVIÇO
	Steinbart e Nath	Característica do serviço, políticas da empresa, percepção e desempenho.
	Laws	Orientação ao mercado.
	Schlegelmilch, Carman, e Moore	Informações, profissionalismo, comunicação, competência técnica, Problemas emocionais e inimizade percebida.
	Howcroft	Satisfação, Pacote e característica e questões de negócios.
1993	Boaden e Dale	Diferenciação, organização, mudança de cultura, sistemas e medição e feedback.
	Edvardsson e Mattsson	Diferenciação, Atores, <i>Speaker</i> , perspectiva e objetivo.
1994	Mattsson	Diferenciação, Segmentação, Atração, Relacionamento e Satisfação.
	Pitt e Jeantrout	Expectativa, Habilidades, Orientação para o mercado e Desempenho.
	Smith	Processos e Desempenho
1995	Callan	Ferramentas da qualidade Total.
	Pitt, Watson e Kavan	Satisfação do consumidor.
	Ross	Diferenciação, conflito, estresse.
1996	Chaston	Estilo da organização, estratégias operacional, Sistema de informação, estrutura e habilidade dos funcionários.
	Edvardsson e Olsson	Diferenciação, Funcionários, Processo, Pré-requisitos e Desempenho.
	Pitt, Morris, e Oosthuizen	Expectativas e Segmentação.
	Witt e Stewart	Satisfação e desempenho.
	Dickens	Diferenciação, características do serviços.
	Holmlund, e Soren	Marketing de relacionamento, satisfação.
	Chadee e Mattsson	Experiências, satisfação.
1997	Johns e Tyas	Satisfação e dimensões da qualidade.
	Dyke, Kappelman e Prybutok	Metodologia – SERVQUAL
	Kettinger e Lee	SERVQUAL X SERVPERF
	Pitt, Watson, e Kavan	Metodologia – SERVQUAL
	Mels, Boshoff, e Nel	Percepção e Dimensões
	Johns e Tyas	Percepção, incidentes críticos e desempenho.
1998	Genco	Economia, competição e desempenho.
	Riesenberger	Diferenciação, Capital intelectual.
	Watson, Pitt e Kavan	Diferenciação e níveis organizacionais (estratégico, tático e operacional)
	Lewis, e Gabrielsen	Diferenciação, Estratégias, Marketing interno e <i>Empowerment</i> .
	Llosa, Chandon, e Orsingher	Metodologia SERVQUAL
	Foster, e Newman	Diferenciação e Metodologia SERVQUAL.
	Johnston e Heineke	Percepção e desempenho.
1999	Dion, Javalgi, e Dilozenzo-Aiss	Nível de serviço, promessas, intensificadores, satisfação e desconformação.
	Gould-Willims	Diferenciação, lealdade e desempenho.
	Haring e; Mattsson	Linguística e psicologia social.
	Broderick	Diferenciação, teoria dos papeis e encontro de serviços.
	Brooks, Lings, e Botschen	Diferenciação, Modelo SERVQUAL, Mkt interno.
2000	Hussey	Modelos SERVQUAL e SERVPERF.
	Harrington e Akehurst	Estratégia, comportamento do gestor.
	Webb	Satisfação dos clientes, desempenho.
	Nielsen e Host	Diferenciação e Zona de tolerância.
	Smith	Diferenciação, satisfação.
2001	Halliday	Zona de tolerância, Confiança, satisfação, expectativas.
	Hsieh e Hsieh	Padronização dos processos.
2002	Holmlund	Dimensões e percepção.
	Chiu e Wu	Cognição, afeição e comportamento.
	Jiang, Klein e Carr	Modelo SERVQUAL e Satisfação.
	Harrison-Walker	Dimensões do SERVQUAL.
	Luk, e Layton	Zona de tolerância.
	Kiely e Peek	Percepção e Cultura.
	Léo e Philippe	Diferenciação, satisfação,
2003	Illeris	Diferenciação, competência (educação, habilidades e atitudes).
	Chang e Chelladurai	Clima, gestão, relação interpessoais, ambiente, e interação com outros clientes.
	Caruana, Pitt, e Ewing	Orientação para mercado e Desempenho.
	Hamer	Métodos, vantagens e desvantagens.
	Olorunniwo, Hsu, e Udo	Dimensões da qualidade.
2004	Sheppard	Diferenciação, interação pessoal.
	Laroche <i>et al.</i>	Satisfação.
	Johns, Avci e Karatepe	Modelos SERVQUAL e SERVPERF.
	Chiu, e Lin	Psicológica, Segurança, Afeição, Auto-atualização, Conhecimento e Estética.
	Kelemen e Papisolomou Doukakis	Cultura, Cultura organizacional, imaginário do consumidor.

ANO	ESTUDO	ESTUDO RELAÇÃO REALIZADA COM QUALIDADE DE SERVIÇO
	Karatepe, Avci e Arasli, Huseyin	Diferenciação, padronização serviço e satisfação com o trabalho.
2005	Kettinger e Lee	Zona de tolerância, expectativas. (percebida, desejado e expectativas).
	Peiró, et al.	Lealdade, qualidade funcional e qualidade relacional.
	Gounaris	Dimensões do modelo SERVQUAL.
	Lee	Modelo SERVQUAL.
	Yelkur e Chakrabarty	Expectativa, segmentação e dimensões do SERVQUAL.
2006	White	Humor e Lealdade.
	Williams e Saunders	Estudou a evolução da qualidade de serviços.
	Liang e Wang	Satisfação, Lealdade, MKT de Relacionamento e percepção.
	Su e Lin	Gestão do conhecimento, vantagem competitiva.
	Ackfeldt e Wong	Diferenciação, Satisfação no trabalho, Comprometimento.
	Ibáñez, Hartmann, e Calvo	Diferenciação, Percepção, Satisfação, Fidelização/Lealdade.
	Bienstock e Demoranville	Diferenciação, comportamentos de cidadania organizacional.
	Rahman	Percepção e expectativa. (SERVQUAL), Vantagem competitiva, desempenho.
	Anitsal e Paige	Diferenciação, auto-atendimento, self-checkout, e quiosques eletrônicos.
	Bebko, Sciulli, e Garg	Expectativa do IDEAL e a percepção do ACEITÁVEL.
	2007	Sanchez-Perez, et al
Huang, Chu, e Wang		BSC e Desempenho.
Yang		Geração e conceito de serviço, análise de negócios e decisão estratégica.
Chao, Fu, e Lu		Níveis de Lealdade, Orientação de mercado,
Harris e Fleming		5 fatores de personalidade e satisfação.
2008	Chang	Valor para o consumidor (maior estratégia de diferenciação).
	Wu, Liu e Hsu	Qualidade do serviço, Valor percebido, Satisfação e Intenções comportamentais.
	Chao	Diferenciação - Lealdade, relacionamento e atributos.
	Deng, Kuo, e Chenc	Análise Importância-desempenho, benchmarking e satisfação
	Yu	Diferenciação, mensuração da qualidade, importância e satisfação.
	Beatson, Lings, e Gudergan	Satisfação, Confiança e Compromisso.
2009	Klein, Jiang e Cheney	Análise de medidas indiretas
	Rhee e Rha	Satisfação, Acidentes críticos, processo, resultado, design e relacionamento.
	Luoh e Tsaun	Diferenciação, cenários de qualidade de serviço e as aparições de servidor.
	Barrutia, Charterina e Gilsanz	Comercialização, tecnologia, marketing interno e desempenho comercial.
	Hu, Kandampully e Juwaheer	Satisfação; Valor percebido; Imagem e lealdade.
	Chen	Diferenciação - Importância, satisfação e desempenho.
	Iglesias	Falha no serviço, atribuição, satisfação e processamento de informação.
	Yang <i>et al.</i>	Satisfação do cliente, índice de melhoria e pesquisa com o cliente.
	Davies	Diferenciação, processos, relações interpessoais; criatividade e tolerância.
	Browning, Edgar, Gray e Garrett	Diferenciação, desempenho, dimensão em equipe.
	Nadiri, Kandampullyb e Hussain	Zona de tolerância, natureza dos serviços e expectativa.
	Wang	Valor percebido, Imagem corporativa e as barreiras para mudança
	Sharif	Interserviços, qualidade e cadeia de lucro serviço.
	Lobo	Fidelização, Medida adequação do serviço, Satisfação e Zonas de tolerância.
	Larson e Steinman	Intenções de compra, satisfação e marketing esportivo.
2010	Ozdemir, e Hewett	Relacionamento, Intenções, Coletivismo, Compromisso e Confiança.
	Agarwal, Malhotrae Bolton	Diferenciação, atitudes, segmentação, multi-nacionais versus cross-cultural.
	Wang	Práticas de gestão de RH e papel da cidadania.
	Cameran, Moizer e Pettinicchio	Imagem corporativa e Satisfação.
	Chen e Kao	Qualidade do processo, resultado, satisfação e intenções comportamentais
	Podnar e Golob	Marketing interno; flexibilidade, trabalho amigável, orientação ao serviços.
	Kelkar	Modelo SERVQUAL x Modelo SERVDIV.
	Bougoure e Neu	Percepção, Satisfação, Intenções de recompra.
	Kassim e Zain	Percepção e Expectativa.
	Pinar, Eser e Strasser	Benchmarking, cliente misterioso.
	Shukla	Lealdade, satisfação, sacrifício percebido e Valor percebido.
2011	Guiry e Vequist	Cuidados de saúde, Turismo de saúde, Turismo médico e SERVQUAL.
	Snell e White	Perspectiva sociocognitiva, psico-sócio, inteligência emocional, e competência.
	He e Li	Fidelidade da marca, Satisfação, identificação e associação da marca.
	Sichtmann, Selasinsky e Diamantopoulos	Diferenciação, desempenho do funcionário, processos e desempenho organizacional.

Na figura 2 pode-se verificar a distribuição da quantidade de publicação por ano, de 1985 até 2011. O destaque fica para o ano de 2009 com 15 publicações no ano, e também aos anos de 2006 e 2010 com 11 publicações em *journals* de alto impacto mundial.



**Figura 2** – Quantidade de artigos publicado de 1985 até 2011.



Hamer (2003) apresenta a contribuição sobre a escolha da metodologia a pesquisa, ao verificar os possíveis critérios de pesquisa como sendo: precisão; valor diagnóstico; parcimônia; precisão e valor diagnóstico; precisão e parcimônia; e valor diagnóstico e parcimônia. Sendo para cada critério, respectivamente a metodologia mais apropriada como sendo: medição direta da percepção da qualidade; medição separada das expectativas e do desempenho; medição direta da percepção da qualidade; medição separada das expectativas e do desempenho; medição direta da percepção da qualidade; medição direta da desconfirmação. A presente pesquisa corrobora estes estudos.

Assim, com base na revisão bibliográfica e nos procedimentos metodológicos anteriormente apresentados, além da análise bibliométrica sobre a qualidade de serviços, serão apresentadas nas considerações finais e sugestões para trabalhos futuros.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste artigo, diversas análises foram realizadas no intuito de explorar o estado da arte sobre qualidade de serviços, tendo como método a bibliometria. A partir da análise de 132 publicações ao longo do período de 1985 a 2011, pode-se observar o destaque de algumas contribuições desta pesquisa.

Contribuições verificadas na bibliométrica: i) o primeiro autor mais citado é Parasuraman com 255 referências; ii) o Modelo mais utilizado é o SERVQUAL (1988, 1991); iii) a publicação mais referenciada é de PARASURAMAN, A; ZEITHAML; V.A; BERRY, L.L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v.64, n.1, p. 12-37, 1988 com 75 citações; iv) dentre os periódicos, observou-se que o *The Service Industries Journal* obteve destaque no número de artigos publicados com 95 publicações. Este tipo de informação é oportuna para pesquisadores que se dedicam publicar sobre o tema em *Journal* de alto impacto; v) o ano de 2009 foi o de maior publicações sobre qualidade de serviço com 15 publicações, demonstrando que o tema ainda é discutido pela ciência; vi) a rede de autores apresenta que Leyland Pitt é a autora com 10 laços de saída e O co-autor mais chamado foi C. Bruce Kavan, totalizando 6 laços de entrada; vii) a rede de instituições que a *University of Wales*, no Reino Unido, é a instituição com maior laços de saídas, e a *University of Georgia*, nos Estados Unidos da América, a instituição com maior laços de entradas, ambas com 7 (sete) relações. viii) os termos utilizados buscando facilitar os pesquisadores são *service quality*, *marketing strategy*, *marketing service* e *service encounter*; ix) os estudos e as relações apresentadas dos 132 artigos pesquisados; x) os critérios de Hamer (2003), sobre o objetivo e

aos critérios da pesquisa, a metodologia é mais apropriada ao referido estudo; xi) O paradigma da desconfirmação continua sendo popular nas pesquisas sobre qualidade de serviços e diversos segmentos como educação, bancos, saúde dentre outros.

A principal limitação deste estudo se dá ao fato da base dados ser limitada a alguns periódicos e a filtros metodológicos dos autores, que pode acarretar em deixar as margens da coleta algum trabalho relevante.

Para trabalhos futuros recomenda-se a ampliação deste estudo identificando outras variáveis, que neste não foram possíveis de serem estudadas, como por exemplo, a aplicação de alguma técnica de análise multivariada, tal como análise de correspondência múltipla que poderá identificar os estudos que possuem correlação. Além disto, a realização de estudo similar nas bases de dados nacionais.

Por fim, procurou-se abordar alguns aspectos que, certamente, merecem atenção futura por parte dos pesquisadores e gestores das organizações. Desta forma, o esforço realizado para apresentar alguns elementos importantes dos estudos sobre qualidade de serviços será mais uma contribuição na direção de discussões mais profundas acerca do assunto.

## REFERENCIAS

- ACKFELDT, A-L; WONG, V. The Antecedents of Prosocial Service Behaviours: An Empirical Investigation. **The Service Industries Journal**. v.26, n.7, p.727-745, 2006.
- ANITSAL, I; PAIGE, R.C. An Exploratory Study on Consumer Perceptions of Service Quality in Technology Based Self-Service. **Service Marketing Quarterly**. v.27, n.3, p.53-67, 2006.
- ARAUJO, W. T.; FREIRA, B. M. J.; AUTRAN, M. de M. M.; FERNANDES, J. C.; PEREIRA, R. G. Meta-análise das dissertações do curso de mestrado ciência da informação UFPB: 1990-1999. **Revista Informação e Sociedade: estudos**. João Pessoa, v. 10, n. 1, 2000.
- ARMISTEAD, C. G. Customer Service and Operations Management in Service Businesses. **The Service Industries Journal**. v.9, n.2, p.247-260, 1989.
- BARRUTIA, J.M; CHARTERINA, J; GILSANZ, A. E-service quality: an internal, multichannel and pure service perspective. **The Service Industries Journal**. v.29, n.12, p.1707-1721, 2009.
- BEATSON, A; LINGS, I; GUDERGAN, S. Employee behavior and relationship quality: impacto n customers. **The Service Industries Journal**. v.28, n.2, p.211-223, 2008.
- BEBKO, C.P; SCIULLI, L.M; GARG, R.K. Consumers' Level of Expectation for Services and the Role of Implicit Service Promises. **Service Marketing Quarterly**. v.28, n.2, p.01-23, 2006.
- BERRY. LE; PARASURAMAN, A. **Marketing Services: Competing Through Quality**, Free Press, New York, 1991.
- BIENSTOCK, C. C; DeMORANVILLE, C. W. Using Manager Reports of Employee Behavior to Investigate the Relationship Between Organizational Citizenship Behaviors and Customers' Perceptions of Service Quality. **Service Marketing Quarterly**. v.26, n.1, p.103-118, 2006.
- BITNER, M. J. Evaluating Service Encounters: the Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, **Journal of Marketing**, v.54, p.69-82, 1990.
- BITNER, M. J. The service encounter: diagnosing favourable and unfavourable incidents, **Journal of Marketing**, v.54, p.71-84. 1990.
- BOADEN, R. J; DALE, B. G. Managing Quality Improvement in Financial Services: A Framework and Case Study. **The Service Industries Journal**. v.13, n.1, p.17-39, 1993.
- BOUGOURE, U-S; NEU, M-K. Service Quality in the Malaysian Fast Food Industry: An Examination Using DINESERV. **Service Marketing Quarterly**. v.31, n.2, p.194-212, 2010.

- BOULDING, W.; KAIRA, A; STAEHN; ZEITHAML, V. A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. **Journal of marketing research**. v. 30, p.7-27, 1993.
- BRODERICK, A.J. Role Theory and the Management of Service encounters. **The Service Industries Journal**. v.19, n.2, p.117-131, 1999.
- BROOKS, R.F; LINGS, I.N; BOTSCHEM, M.A. Internal Marketing and Customer Driven Wavefronts. **The Service Industries Journal**. v.19, n.4, p.117-131, 1999.
- BROWNING, V; EDGAR, F; GRAY, B; GARRETT, T. Realising competitive advantage through HRM in New Zealand service industries. **The Service Industries Journal**. v.29, n.6, p.741-760, 2009.
- CALLAN, R. J. Small Country Hotels and Hotel Award Schemes as a Measurement of Service Quality. **The Service Industries Journal**. v.9, n.2, p.223-246, 1989.
- CALLAN, R.J. Quality Assurance Certification for Hospitality Marketing, Sales and Customer Services. **The Service Industries Journal**. v.14, n.4, p.482-498, 1994.
- CAMERAN, M; MOIZER, P; PETTINICCHIOA, A. Customer satisfaction, corporate image, and service quality in professional services. **The Service Industries Journal**. v.30, n.3, p.421-435, 2010.
- CARMAN, J.M. Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, **Journal of Retailing**, v.66, p.33-55, 1990.
- CARUANA, A; PITT, L; EWING, M. The Market Orientation — Performance Link: The Role of Service Reliability. **The Service Industries Journal**. v.23, n.4, p.25-41, 2003.
- CHADEE, D.D; MATTSSON, J. An Empirical Assessment of Customer Satisfaction in Tourism. **The Service Industries Journal**. v.16, n.3, p.305-320, 1996.
- CHANG, K; CHELLADURAI; P. System-Based Quality Dimensions in Fitness Services: Development of the Scale of Quality. **The Service Industries Journal**. v.23, n.5, p.65-83, 2003.
- CHANG,H-S. Increasing hotel customer value through service quality cues in Taiwan. **The Service Industries Journal**. v.28, n.1, p.73-84, 2008.
- CHAO, P. Exploring the nature of the relationships between service quality and customer loyalty: an attribute-level analysis. **The Service Industries Journal**. v.28, n.1, p.95-116, 2008.
- CHAO, P; FU H-P; LU, L-Y. Strengthening the Quality—Loyalty Linkage: The Role of Customer Orientation and Interpersonal Relationship. **The Service Industries Journal**. v.27, n.4, p.471-494, 2007.
- CHASTON, I. A Typology for Evaluating Branch-Level Perceptions of Internal Customer Management Processes within the UK Clearing Banks. **The Service Industries Journal**. v.15, n.3, p.332-349, 1995.
- CHEN, C-F; KAO, Y-L. Relationships between process quality, outcome quality, satisfaction, and behavioural intentions for online travel agencies — evidence from Taiwan. **The Service Industries Journal**. v.30, n.12, p.2081-2092, 2010.
- CHEN, S-H. Establishment of a performance-evaluation model for service quality in the banking industry. **The Service Industries Journal**. v.29, n.2, p.235-247, 2009.
- CHIU, H-C; LIN, N-P. A Service Quality Measurement Derived from the Theory of Needs. **The Service Industries Journal**. v.24, n.1, p.187-204, 2004.
- CHIU, H-C; WU, H-C. Exploring the Cognitive and Affective Roles of Service Quality Attitude across Gender. **The Service Industries Journal**. v.22, n.3, p.63-76, 2002.
- COLLIER, D. A. The Customer Service and Quality Challenge. **The Service Industries Journal**. v.7, n.1, p.77-90, 1987.
- CRONIN, J.; TAYLOR, S. Measuring service quality: A reexamination and extension. **Journal of Marketing**, v.56, n. 3, p. 55-68, 1992.

- CRONIN, J.J; TAYLOR, S.A. SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance Based and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality', **Journal of Marketing**, v.58, n.1, p.125-3, 1994 .
- DAVIES, M. Zone of tolerance for Banks: a diagnostic model of service quality. **The Service Industries Journal**. v.29, n.1, p.91-110, 2009.
- DENG, W-J; KUO, Y-F; CHEN, W-C. Revised importance - performance analysis: three-factor theory and benchmarking. **The Service Industries Journal**. v.28, n.1, p.37-51, 2008.
- DICKENS, P. Human Service as service Industries. **The Service Industries Journal**. v.16, n.1, p.82-91, 1996.
- DION, P; JAVALGI, R; DILORENZO-AISS, J. The Hospitality Industry: Defining Quality for a Quality Assurance Programme - A Study of Perceptions. **The Service Industries Journal**. v.18, n.4, p.66-86, 1998.
- DYKE, T.P.V; KAPPELMAN, L.A; PRYBUTOK, V.R. Measuring Information Systems Service Quality: Concerns on the Use of the SERVQUAL Questionnaire. **MIS Quarterly**. v.22, n.1, p.195-208, 1997.
- EDVARDSSON, B. Service Quality in Customer Relationships: A study of critical incidents in mechanical engineering companies. **The Service Industries Journal**. v.8, n.4, p.427-445, 1988.
- EDVARDSSON, B; MATTSSON, J. An Experienced-Based Measure of Service Quality. **The Service Industries Journal**. v.13, n.4, p.289-306, 1993.
- EDVARDSSON, B; OLSSON, J. Key Concepts for New Service Development. **The Service Industries Journal**. v.16, v.2, p.140-164, 1996.
- FOSTER, G; NEWMAN, K. What is Service Quality When 'Service' Equals Regulation? **The Service Industries Journal**. v.18, n.4, p.51-65, 1998.
- GARWAL, J.; MALHOTRA,N.K; BOLTON, R.N. A Cross-National and Cross-Cultural Approach to Global Market Segmentation: An Application Using Consumers' Perceived Service Quality. **Journal of International Marketing**. v.18, n.3, p.18-40, 2010.
- GENCO, P. Services in a Changing Economic Environment. **The Service Industries Journal**. v.17, n.4, p.529-543, 1997.
- GLENN F. R. Interpersonal Stress Reactions and Service Quality Responses among Hospitality Industry Employees. **The Service Industries Journal**. v.15, n.3, p.314-331, 1995.
- GOULD-WILLIMS, J. The Impact of Employee Performance Cues on Guest Loyalty, Perceived and Service Quality. **The Service Industries Journal**. v.19, n.3, p.97-118, 1999.
- GOUNARIS, S. An Alternative Measure for Assessing Perceived Quality of Software House Services. **The Service Industries Journal**. v.25, n.6, p.803-823, 2005.
- GREY, C. Reinventing business schools: the contribution of critical management education. **Academy of Management Learning and Education**, v.3, n.2, p. 178-186, 2004.
- GRÖNROOS, C. Strategic management and marketing in the service sector. Helsingfors: **Swedish School of Economics and Business Administration**. 1982.
- GRÖNROOS, C. A Service Quality Model and its Marketing Implications': **European Journal of Marketing**, v.18, n. 4, p. 36-44, 1984.
- GRÖNROOS, C. Marketing services: the case of a missing product. **Journal of Business and Industrial Marketing**. v. 13, n. 4/5, p. 322-338, 1998.
- GRÖNROOS, C. **Service Management and Marketing - Managing the Moments of Truth in Service Competition**, Lanham. MD: Lexington Books. 1990.
- GUIRY, M; VEQUIST, D. G. Traveling Abroad for Medical Care: U.S. Medical Tourists' Expectations and Perceptions of Service Quality. **Health Marketing Quarterly**. v.28, n.3, p.253-269, 2011.
- HALLIDAY, S.V. Maternity Care: Ways to Add Value. **The Service Industries Journal**. v.20, n.4, p.131-146, 2000.

- HAMER, Lawrence O. A Pragmatic View of Perceived Service Quality Measurement. **Services Marketing Quarterly**. v.24, n.3, p.29-42, 2003.
- HARING, M.D; MATSSON, J. A Linguistic Approach to Studying Quality of Face-to-Face Communication. **The Service Industries Journal**. v.19, n.2, p.28-48, 1999.
- HARRINGTON, D; AKEHURST, G. An Empirical Study of Service Quality Implementation. **The Service Industries Journal**. V.20, N.2, p.133-156, 2000.
- HARRIS, E. G; FLEMING, D. E. Examining Employee-Service Personality Congruence: The Role of the Five-Factor Model and Influences on Job Outcomes. **Service Marketing Quarterly**. v.28, n. 3, p.97-115, 2007.
- HARRISON-WALKER, L. J. Examination of the Factorial Structure of Service Quality: A Multi-Firm Analysis. **The Service Industries Journal**. v.22, n.2, p.59-72, 2002.
- HE, Hongwei; LI, Yan. CSR and Service Brand: The Mediating Effect of Brand Identification and Moderating Effect of Service Quality. **Journal of Business Ethics**. v.100, n.4, p.673-688, 2011.
- HOLMLUND, M. The D&D Model — Dimensions and Domains of Relationship Quality Perceptions. **The Service Industries Journal**. v.21, n.3, p.13-36, 2001.
- HOLMLUND, M; KOCK, S. Relationship Marketing: The Importance of Customer-Perceived Service Quality in Retail Banking. **The Service Industries Journal**. v.16, n.3, p.287-304, 1996.
- HOROVITZ, J; CUDENEC-POON, C. Putting Service Quality into Gear. **The Service Industries Journal**. v.10, n.2, p.249-265, 1990.
- HOWCROFT, B. Customer Service in Selected Branches of a UK Clearing Bank. **The Service Industries Journal**. v.12, n.1, p.125-142, 1992.
- HSIEH, Y-M; HSIEH, A-T. Enhancement of service quality with job standartion. **The Service Industries Journal**. v.21, n.3, p.147-166, 2001.
- HU, H-H; KANDAMPULLY, J; JUWAHEER, T. D. Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study. **The Service Industries Journal**. v.29, n.2, p.111-125, 2009.
- HUANG, H-C; CHU, W; WANG, W.K. Strategic Performance Measurement and Value Drivers: Evidence from International Tourist Hotels in an Emerging Economy. **The Service Industries Journal**. v.27, n.8, p.1111-1128, 2007.
- HUSSEY, M.K. Using the Concept of Loss: An Alternative SERVQUAL Measure. **The Service Industries Journal**. v.19, n.4, p.89-101, 1999.
- IBASTEZ, V.A; HARTMANN, P; CALVO, P.Z. Antecedents of Customer Loyalty in Residential Energy Markets: Service Quality, Satisfaction, Trust and Switching Costs. **The Service Industries Journal**. v.26, n.6, p.633-650, 2006.
- IGLESIAS, V. The attribution of service failures: effects on consumer satisfaction. **The Service Industries Journal**. v.29, n.2, p.127-141, 2009.
- ILLERIS, Sven. Are Service Jobs as Bad as Theory Says? Some Empirical Findings from Denmark. **The Service Industries Journal**. v.22, n.4, p.1-18, 2002.
- JIANG, J. J; KLEIN, G.; CARR, C. Measuring Information System Service Quality: SERVQUAL From the Other Side. **MIS Quarterly**. v.26, n.2, p.147-166, 2002.
- JOHNS, N; AVCI, T; KARATEPE, O.M. Measuring Service Quality of Travel Agents: Evidence from Northern Cyprus. **The Service Industries Journal**. v.24, n.3, p.82-100, 2004.
- JOHNS, N; TYAS, P. Customer Perceptions of Service Operations: Gestalt, Incident or Mythology? **The Service Industries Journal**. v.17, n.3, p.474-488, 1997.
- JOHNS, N; TYAS, P. Use of Service Quality Gap Theory to Differentiate between Food service Outlets. **The Service Industries Journal**. v.16, n.3, p.321-346, 1996.

- JOHNSTON, R; HEINEKE, J. Exploring the Relationship between Perception and Performance: Priorities for Action. **The Service Industries Journal**. v.18, n.1, p.101-112, 1998.
- KARATEPE, O.M; AVCI, T; ARASLI, H. Effects of Job Standardization and Job Satisfaction on Service Quality: A Study of Frontline Employees in Northern Cyprus. **Services Marketing Quarterly**. v.25, n.3, p.01-17, 2004.
- KASSIM, N.M; ZAIN, M. Service Quality: Gaps in the College of Business. **Service Marketing Quarterly**. v.31, n.2, p.235-252, 2010.
- KELEMEN, M; PAPASOLOMOU-DOUKAKIS, I. Can Culture Be Changed? A Study of Internal Marketing. **The Service Industries Journal**. v.24, n.5, p.121-135, 2004.
- KELKAR, M. SERVDIV: A Vedic Approach to Measurement of Service Quality. **Service Marketing Quarterly**. V.31, N.4, p.420-433, 2010.
- KETTINGER, W.J; LEE, C. C. Pragmatic perspectives on the measurement of information systems service quality. **MIS Quarterly**. v.21, n.2, p.223-240, 1997.
- KETTINGER, W.J; LEE, C.C. Zones of tolerance: alternative scales for measuring information systems service quality. **MIS Quarterly**. v.29, n.4, p.607- 623, 2005.
- KIELY, J. A; PEEK, G. S. The Culture of the British Police: Views of Police Officers. **The Service Industries Journal**. v.22, n.1, p.167-183, 2002.
- KLEIN, G; JIANG, J. J; CHENEY, P. Resolving difference score issues in information systems research. **MIS Quarterly**. v.33, n.4, p.811-826, 2009.
- LAROCHE, M; CLEVELAND, M; UELTSCHY, L.C; ABE, S; YANNOPOULOS, P.P. Service Quality Perceptions and Customer Satisfaction: Evaluating the Role of Culture. **Journal of International Marketing**. v.12, n.3, p.58-85, 2004.
- LARSON, B. V; STEINMAN, R. B. Driving NFL Fan Satisfaction and Return Intentions With Concession Service Quality. **Service Marketing Quarterly**. v.30, n.4, p.39-53, 2009.
- LAWS, E. Tourist Marketing: Service and Quality Management Perspectives. **The Service Industries Journal**. v.1, n.1, p.295-298, 1992.
- LEE, J. Measuring Service Quality in a Medical Setting in a Developing Country: The Applicability of SERVQUAL. **Service Marketing Quarterly**. v.27, n.2, p.1-14, 2005.
- LEES, J; DALE, B.G. Quality Circles in Service Industries: A Study of their Use. **The Service Industries Journal**. v.8, n.1, p.143-154, 1988.
- LEHTINEN, U; LEHTINEN, J .R. Two Approaches to Service Quality Dimensions. **The Service Industries Journal**. v.11, n.3, p.287-303, 1991.
- LEO, P-Y; PHILIPPE, J. Retail Centres: Location and Consumer's Satisfaction. **The Service Industries Journal**. v.22, n.1, p.122-146, 2002.
- LEWIS, B.R; GABRIELSEN, G.O.S. Intra-organisational Aspects of Service Quality Management: The Employees' Perspective. **The Service Industries Journal**. v.18, n.2, p.64-89, 1998.
- LIANG, C-J; WANG, W-H. The Behavioural Sequence of the Financial Services Industry in Taiwan: Service Quality, Relationship Quality and Behavioural Loyalty. **The Service Industries Journal**. v.26, n.2, p.119-145, 2006.
- LLOSA, S; CHANDON, J-L; ORSINGHER, C. An Empirical Study of SERVQUAL's Dimensionality. **The Service Industries Journal**. v.18, n.2, p.16-44, 1998.
- LOBO, A. Zone of Tolerance as an Effective Management Tool to Assess Service Quality in Singapore's Stockbroking Industry. **Service Marketing Quarterly**. v.30, n.1, p.39-53, 2009.
- LOVELOCK, C.H. Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. **Journal of Marketing**, 47, p. 9-20, 1983.
- LUK, S.T.K; LAYTON, R. Perception Gaps in Customer Expectations: Managers Versus Service Providers and Customers. **The Service Industries Journal**. v.22, n.2, p.109-128, 2002.

- LUOH, H-F; TSAUR, S-H. Physical attractiveness stereotypes and service quality in customer-server encounters. **The Service Industries Journal**. v.29, n.8, p.1093-1104, 2009.
- MATTSSON, J. Improving Service Quality in Person-to-Person Encounters: Integrating Findings from a Multi-disciplinary Review. **The Service Industries Journal**. v.14, n.1, p.45-61, 1994.
- MELS, Gerhard; BOSHOFF, Christo; NEL, Deon. The Dimensions of Service Quality: The Original European Perspective Revisited. **The Service Industries Journal**. v.17, n.1, p.173-189, 1997.
- NADIRI, H; KANDAMPULLYB, J; HUSSAIN, K. Zone of tolerance for banks: a diagnostic model of service quality. **The Service Industries Journal**. n.29, n.11, p.1547-1564, 2009.
- NAVARRO, M. M.; IGLESIAS, M. P.; TORRES, P. R. A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. **International Journal of Educational Management**, v. 19, n. 6, p. 505-526, 2005.
- NIELSEN, J.F; HOST, V. The Paht to service encounter Performance in public and private "bureaucracies". **The Service Industries Journal**. v.20, n.1, p.40-60, 2000.
- OAKLAND, J. S. Systematic Quality Management in Banking. **The Service Industries Journal**. v.6, n.2, p.193-204, 1986.
- OBEROI, U; HALES, C. Assessing the Quality of the Conference Hotel Service Product: Towards an Empirically Based Model. **The Service Industries Journal**. v.10, n.4, p.700-721,1990.
- OLORUNNIWO, F; HSU, M.K; UDO, G.J. Operationalizing the Service Quality Construct: The Case of the Lodging Industry. **Services Marketing Quarterly**. v.24, n.4, p.57-76, 2003.
- OLSON, E; SLATER, S; HULT, G. The performance implications of fit between Business Strategy, Organizational Structure, Marketing and Strategic Behavior. **Journal of Marketing**. vol. 69, n. 3, p. 49-65, 2005.
- OZDEMIR, V. E; HEWETT, K. The Effect of Collectivism on the Importance of Relationship Quality and Service Quality for Behavioral Intentions: A Cross-National and Cross-Contextual Analysis. **Journal of International Marketing**. v.18, n.1, p.41-62, 2010.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria," **Journal of Retailing**, n.70, p. 201-230, 1994.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V.A; BERRY, L.L. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 58, p.111-124, 1994.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V.A; BERRY, L.L. Refinement and reassessment of the Servqual Scale, **Journal of Retailing**, v. 67, n. 4, p. 420-50, 1991.
- PARASURAMAN, A; ZEITHAML; V.A; BERRY, L.L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n.1, p. 12-37, 1988.
- PARASURAMAN, A; ZEITHAML; V.A; BERRY, L.L. A conceptual model of service quality and its implications for further research. **Journal of Marketing**, v. 49, p. 41-50, 1985.
- PEIRÓ, J. M; MARTINEZ-TUR, V; RAMOS, J. Employees' Overestimation of Functional and Relational Service Quality: A Gap Analysis. **The Service Industries Journal**. v.25, n.6, p.773- 788, 2005.
- PINAR, M; ESER, Z; STRASSER, S. Using Mystery Shopping to Compare the Service Quality of Banks in Turkey. **Service Marketing Quarterly**. v.31, n.1, p.1-26, 2010.
- PITT, L. F.; WATSON, R.T; KAVAN, C. Measuring Information Systems Service Quality: Concerns for a Complete Canvas. **MIS Quarterly**. v.21, n.2, p.209-221, 1997.
- PITT, L. F; WATSON, R. T; KAVAN, C. B. Service Quality: A Measure of Information Systems Effectiveness. **MIS Quarterly**. v.22, n.1, p.173-187, 1995.

- PITT, L. F; JEANTROUT, B. Management of Customer Expectations in Service Firms: A Study and a "Checklist". **The Service Industries Journal**. v.14, n.2, p.170-189, 1994.
- PITT, L; MORRIS, M. H; OOSTHUIZEN, P. Expectations of Service Quality as an Industrial Market Segmentation Variable. **The Service Industries Journal**. v.16, n.1, p.1-9, 1996.
- PODNAR, K; GOLOB, U. Friendly flexible working practices within the internal marketing framework: a service perspective. **The Service Industries Journal**. v.30, n.11, p.2081-2092, 2010.
- RAHMAN, Z. Superior Service Quality in Indian Cellular Telecommunication Industry: A Source of Sustainable Competitive Advantage in an Emerging Economy. **Service Marketing Quarterly**. v.27, n.4, p.115-139, 2006.
- RHEE, S-K; RHA, J-Y. Public service quality and customer satisfaction: exploring the attributes of service quality in the public sector. **The Service Industries Journal**. v.29, n.11, p.1491-1512, 2009.
- RHYNE, D. M. The Impact of Demand Management on Service System Performance. **The Service Industries Journal**. v.8, n.4, p.446-458, 1988.
- RIESENBERGER, J.R. Executive Insights: Knowledge — The Source of Sustainable Competitive Advantage. **Journal of International Marketing**. v.6, n.3, p.94-107, 1998.
- ROSS, G. F. Interpersonal Stress Reactions and Service Quality Responses among Hospitality Industry Employees. **The Service Industries Journal**. v.15, n.3, p.314-331, 1995.
- SALEH, F; RYAN, C. Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model. **The Service Industries Journal**. v.11, n.3, p.324-345, 1991.
- SANCHEZ-PEREZ, M; SANCHEZ-FERNANDEZ, R; M. MARIN-CARRILLO, G; GAZQUEZ-ABAD, J. C. Service Quality in Public Services as a Segmentation Variable. **The Service Industries Journal**. v.27, n.4, p.355-369, 2007.
- SCHLEGELMILCH, B. B; CARMAN, J. M; MOORE, S. A. Choice and Perceived Quality of Family Practitioners in the United States and the United Kingdom. **The Service Industries Journal**. v.12, n.2, p.263-284, 1992.
- SHARIF, K. Relationship Between Intra- and Interorganizational Service Quality Perceptions: An Empirical Testing of Modified Service Profit Chain Model Within Kuwaiti Telecommunications Industry. **Service Marketing Quarterly**. v.30, n.3, p.249-269, 2009.
- SHEPPARD, L. Network Development and application in Health Care: A Study of Service Quality. **Services Marketing Quarterly**. v.24, n.3, p.43-61, 2003.
- SHREDNICK, H; SHUTT, R; WEISS, M. Empowerment: Key to IS World-Class Quality. **MIS Quarterly**. v.16, n.4, p.491-504, 1992.
- SHUKLA, P. Effects of Perceived Sacrifice, Quality, Value, and Satisfaction on Behavioral Intentions in the Service Environment. **Service Marketing Quarterly**. v.31, n.4, p.466-484, 2010.
- SICHTMANN, C; SELASINSKY, M.V; DIAMANTOPOULOS, A. Service Quality and Export Performance of Business-to-Business Service Providers: The Role of Service Employee- and Customer-Oriented Quality Control Initiatives. **Journal of International Marketing**. v.19, n.1, p.1-22, 2011.
- SLATER, S; OLSON, E. Type of strategy and performance: The influence of sales force management. **Journal of Strategic Management**, 2000.
- SMITH Anne M. The Impact of Scale Characteristics on the Dimensionality of the Service Quality Construct. **The Service Industries Journal**. v.20, n.3, p.167-190, 2000.
- SMITH, D. J. Computer Simulation Applications in Service Operations: A Case Study from the Leisure Industry. **The Service Industries Journal**. v.14, n.3, p.395-408, 1994.
- SNELL, L; WHITE, L. A Sociocognitive Approach to Service Quality and Adherence Amongst Elderly Patients: A Pilot Study. **Health Marketing Quarterly**. v.28, n.2, p.99-115, 2011.



- STEINBART, P. J; NATH, R. Problems and Issues in the Management of International Data Communications Networks: The Experiences of American Companies. **MIS Quarterly**. v.16, n.1, p.55-76, 1992.
- SU, H-Y; LIN, Y. Enhancing Knowledge-Based Service Quality: A Knowledge Management Perspective. **The Service Industries Journal**. v.26, n.7, p.787-800, 2006.
- TEAS, R.K. Expectations, performance evaluation, and customers perceptions of quality. **Journal of Marketing**, 57(4), p. 18-34, 1993.
- WANG, C-Y. Investigating antecedents of consumers' recommend intentions and the moderating effect of switching barriers. **The Service Industries Journal**. v.29, n.9, p.1231-1241, 2009.
- WANG, M-L. Does organisational support promote citizenship? The moderating role of market-focused HRM. **The Service Industries Journal**. v.30, n.7, p.1077-1095, 2010.
- WATSON, R.T; PITT, L.F; KAVAN, C. B. Measuring Information Systems Service Quality: Lessons From Two Longitudinal Case Studies. **MIS Quarterly**. v.22, n.1, p.61-79, 1998.
- WEBB, D. Understanding Customer Role and its Importance in the Formation of Service Quality Expectations. **The Service Industries Journal**. v.20, n.1, p.89-101, 2000.
- WHITE, C.J. Towards an Understanding of the Relationship between Mood, Emotions, Service Quality and Customer Loyalty Intentions. **The Service Industries Journal**. v. 26, n.8, p.837-847, 2006.
- WILLBORN, W. Quality Assurance Audits and Hotel Management. **The Service Industries Journal**. v.6, n.3, p.293-308, 1986.
- WILLIAMS, Christine S; SAUNDERS, Mark N.K. Developing the Service Template Process: From Measurement to Agendas for Improvement. **The Service Industries Journal**. v.26, n.5, p.581-595, 2006.
- WITT, C. A; STEWART, H. M. Solicitors and Customer Care. **The Service Industries Journal**. v.16, n.1, p.21-34, 1996.
- WU, H-L; LIU, C.Y; HSU, W-H. An integrative model of customers' perceptions of health care services in Taiwan. **The Service Industries Journal**. v.28, n.9, p.1307-1319, 2008.
- YANG, C-C. A Systems Approach to Service Development in a Concurrent Engineering Environment. **The Service Industries Journal**. v.27, n.5, p.635-652, 2007.
- YANG, C-C; YANG, K-J; YELL, T-M; PAI, F-Y. Methods for determining areas for improvement based on the design of customer surveys. **The Service Industries Journal**. v.29, n.2, p.143-154, 2009.
- YELKUR, R; CHAKRABARTY, S. Gender Differences in Service Quality Expectations in the Fast Food Industry. **Service Marketing Quarterly**. v.27, n.4, p.141-151, 2006.
- YU, C-S. Assessing and differentiate the quality of Internet-based services: a case of online banking services in Taiwan. **The Service Industries Journal**. v.28, n.5, p.581-602, 2008.
- ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. The behavioural consequences of service quality. **Journal of Marketing**, 60(4), 31-46. 1996.
- ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. The nature and determinants of customer expectations of service. **Journal of the Academy of Marketing Science**, n.21, p. 1-12. 1993.
- ZEITHAML, V., PARSURAMAN, A. BERRY, L.L. **Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and expectations**, New York: The Free Press, 1991.
- ZEITHAML, V.A, BERRY, L.L; PARASURAMAN, A. Communication and control processes in the delivery of service quality. **Journal of Marketing**, v.52, p.35-48. 1988.