
Het belang van relatiekwaliteit in het hoger onderwijs

Ingrid Snijders[‡], Lisette Wijnia⁺, Remy Rikers⁺, & Sofie Loyens⁺

[‡] *HZ University of Applied Sciences* / ⁺ *Open Universiteit* /

⁺ *University College Roosevelt, Universiteit Utrecht*

De beschreven onderzoeken in dit artikel zijn onderdeel van het proefschrift "Fostering Student-Faculty Relationships in Higher Education: How Relationship Quality Affects Student Involvement", dat op 10 maart 2021 werd verdedigd door dr. Ingrid Snijders ter verkrijging van de graad van doctor aan de Universiteit Utrecht. Een hard copy van het proefschrift is verkrijgbaar op verzoek.

Samenvatting: Relaties tussen studenten en hun opleiding spelen een belangrijke rol in het hoger onderwijs. Studenten ontwikkelen zich in die periode immers tot jonge professionals die na het behalen van hun diploma de arbeidsmarkt betreden. In dit artikel worden de belangrijkste inzichten over een proefschrift over relatiekwaliteit in het hoger onderwijs gepresenteerd. In het promotieonderzoek onderzochten we de relatie tussen studenten en hun opleiding, oftewel relatiekwaliteit, vanuit een studentperspectief. We bekeken welke invloed die relatie heeft op hun betrokkenheid (d.i. engagement en loyaliteit).

In het onderzoek onder studenten en alumni werd aangetoond dat relatiekwaliteit een positieve invloed heeft op studentbetrokkenheid en studentloyaliteit. Ook als relatiekwaliteit over de tijd heen gemeten wordt (longitudinaal), blijkt ze studentbetrokkenheid en studentloyaliteit gunstig te beïnvloeden. Uit het onderzoek komt naar voren dat als hoger onderwijsinstellingen de relatiekwaliteit regelmatig monitoren, zij adequater kunnen reageren op wat studenten nodig hebben in de relatie met hun opleiding.

De bevindingen van het proefschrift voorzien in een beter inzicht in de relatie van studenten met hun opleiding. Die kan ten goede komen bij het opstellen van onderwijsbeleid bijvoorbeeld gericht op de begeleiding en omgang met studenten. Voor hoger onderwijsinstellingen en studenten kan dit gunstig zijn. Een goede relatiekwaliteit maakt dat studenten meer betrokken zijn bij hun studie en ze een positieve band tussen onderwijsinstellingen en studenten bewerkstelligt, ook na het afstuderen. Afgestudeerden blijven zo eerder betrokken bij hun voormalig onderwijsinstituut bijvoorbeeld doordat ze gastlezingen geven, stageplekken aanbieden en ideeën voor praktijkgericht onderzoek aanbrengen.



Corresponderende auteur: Dr. I. Snijders (ingrid.snijders@hz.nl)



Artikel ontvangen [27-01-22]; geaccepteerd [01-04-22]; online gepubliceerd [30-05-22]

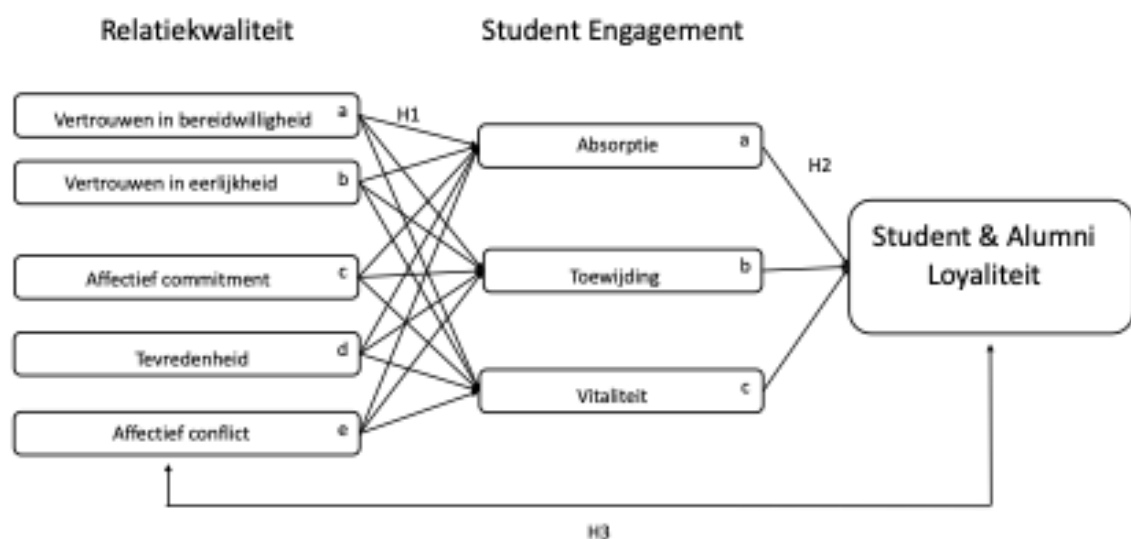
Het Belang van Relatiekwaliteit in het Hoger Onderwijs

De relaties tussen docenten en studenten vormen het uitgangspunt in het onderwijsproces (e.g., Wubbels & Brekelmans, 2005). Onderwijsonderzoekers die de relaties met studenten onderzochten zijn vooral gericht op het basis- of voortgezet onderwijs (e.g., Roorda et al., 2011, 2014, 2017). In het basis- en voortgezet onderwijs is de relatie die tussen een kind en een volwassene. Hoewel deze onderzoeken belangrijk zijn om inzicht te verkrijgen in onderwijsprocessen, zijn de instrumenten die deze studies gebruiken niet altijd in alle onderwijssituaties toepasbaar. In het hoger onderwijs gaat het immers om relaties tussen volwassenen (Hagenauer & Volet, 2014). Het hoger onderwijs verschilt vooral van andere onderwijscontexten waar het gaat om betrokkenheid en participatie van studenten (Leenknecht et al., 2020). Studenten in het hoger onderwijs hebben herhaalde interacties met verscheidene personeelsleden van hun universiteit of hogeschool. Naast de docenten hebben studenten ook contact met bijvoorbeeld studieadviseurs, decanen of begeleiders, studentenpsychologen, leden van een examencommissie, conciërges, bibliothecarissen, ICT-helpdesk en receptionisten (Snijders et al., 2018, 2019, 2020, 2022). Deze interacties tezamen dragen bij aan de beleving van het onderwijs die studenten ervaren. Onderzoek van student-docentrelaties in het basis- en voortgezet onderwijs (e.g., Roorda et al., 2011, 2014, 2017) geeft daarmee geen antwoord op de vraag hoe positieve relaties tussen studenten en hun onderwijsfaculteit/personeel in het hoger onderwijs tot stand gebracht en onderhouden kunnen worden. Dit artikel gaat hier nader op in. Het geeft een overzicht van de studies uit het proefschrift "Het bevorderen van de relaties tussen studenten en hun opleiding: De invloed van relatiekwaliteit op studentbetrokkenheid in het hoger onderwijs".

Het doel van de studies van het proefschrift was om te onderzoeken hoe de banden tussen studenten en hun hoger onderwijsinstelling door relatiekwaliteit versterkt kunnen worden, zodat studenten (meer) betrokken raken tijdens en na hun studie. Een beter inzicht in de relationele aspecten die voor studenten van belang zijn in hun studieproces, draagt bij aan de mogelijke invulling van het onderwijsbeleid en de onderwijspraktijk zoals in de vormgeving van studiebegeleiding (zoals in de vorm van frequente contactmomenten, feedback en aandacht geven). Percepties van de ervaren kwaliteit van relaties (i.e., relatiekwaliteit) blijken een positieve invloed te hebben op de houding, het gedrag en de acties van studenten en de positieve relationele uitwisseling tussen studenten en hun opleiding (Gibbs & Kharouf, 2022). Verschillende onderzoeken tonen aan dat er een positief verband is tussen studentbetrokkenheid (engagement) en studiesucces; of dat nu in studieresultaten, minder uitval of aantal gediplomeerden is gemeten (e.g., Bakker et al., 2015; Jamelske 2009; Kappe, 2011; Wolniak & Engberg, 2010). Oftewel, betrokken studenten lijken meer succesvol te zijn of succesvol te bekomen (Picton, Kahu & Nelson,

2018). Om studentbetrokkenheid en ondersteunend gedrag van studenten te bevorderen (i.e., betrokkenheid of loyaliteit), zullen instellingen voor hoger onderwijs dus goede relaties met hun studenten moeten cultiveren (Bowden, 2009; Brodie et al., 2011; Sung & Yang, 2009; Taylor & Parsons, 2011; Xerri et al., 2018). In de studies van het proefschrift is deze gedachtegang vertaald naar de onderliggende hypothese: Hoe sterker (positiever) de relatiekwaliteit is, hoe hoger de betrokkenheid van studenten zal zijn, zowel hun betrokkenheid tijdens als na hun studie (Bowden, 2011; Zepke et al., 2014). Uitgangspunt voor het conceptuele model voor de empirische studies was onder meer gebaseerd op het werk van Zeithaml et al. (1996). Interacties zijn de basis voor kwaliteitspercepties van partijen in het dienstverleningsproces, die op hun beurt input geven voor de betrokkenheid (engagement) resulterend in loyaliteitsintenties en gedrag. In Figuur 1 is het conceptueel model opgenomen dat is gebruikt voor de studies van het onderhavige proefschrift.

Figuur 1. Conceptueel Model



De hypothesen hierbij waren:

H1: Relatiekwaliteitsdimensies (a -e) hebben een positieve associatie met student engagement

H2: Student engagementdimensies (a-c) hebben een positieve associatie met studentloyaliteit

H3: Relatiekwaliteitsdimensies (a-e) hebben een directe positieve associatie met studentloyaliteit

Sociale Uitwisselingstheorie en het Hoger Onderwijs

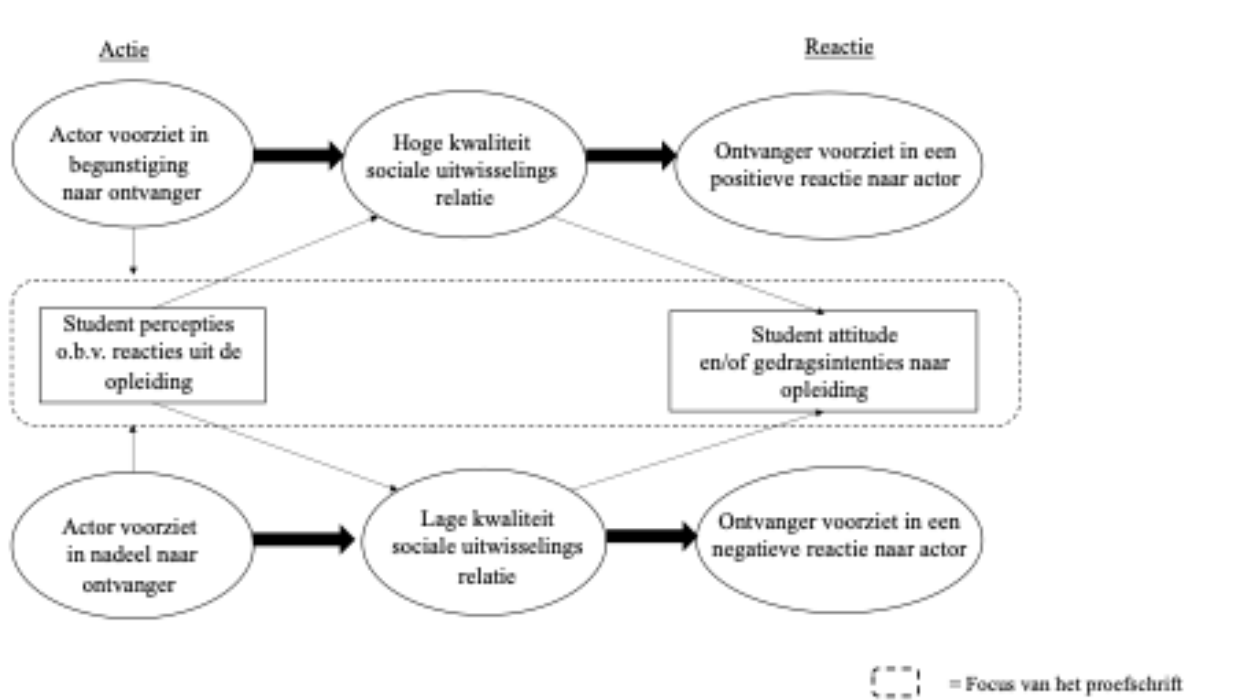
Om te begrijpen hoe de relaties tussen studenten en hoger onderwijsinstellingen kunnen worden opgebouwd en worden voortgezet, is gebruikgemaakt van een overkoepelend raamwerk vanuit de sociale-uitwisselingstheorie (Social Exchange Theory [SET]; Blau, 1964; Emerson, 1976; Homans, 1961). SET is een breed conceptueel paradigma dat wordt toegepast in verschillende contexten. In het algemeen gaat het om twee partijen die betrokken zijn waarbij de interactie tussen een actor met een ontvanger zich positief of negatief voordoet. Deze theorie stelt dat menselijke relaties worden gevormd door het gebruik van een subjectieve kosten-batenanalyse en de vergelijking van alternatieven (Blau, 1964; Emerson, 1976; Homans, 1961). Positieve evaluaties van een relatie kunnen worden beschouwd als de beloningen, dat wil zeggen, de bronnen van positieve bekrachtiging zoals sociale acceptatie of goedkeuring, respect, of prestige. Negatieve evaluaties kunnen worden beschouwd als gebaseerd op de kosten ervan, dat wil zeggen, straffen of verloren beloningen. Met betrekking tot interpersoonlijke relaties stelt deze theorie dat een van de partijen afhankelijk is van de ander, wat de aanleiding is voor de sociale uitwisseling. Dat wil zeggen, iemands persoonlijke doel wordt alleen bereikt door interactie met een ander persoon (Blau, 1964). SET gaat ervan uit dat mensen op gelijkaardige manieren op elkaar zullen reageren; op vriendelijkheid met vergelijkbare niveaus van welwillendheid en op schade met onverschilligheid of vormen van vergelding (Murdvee, 2009). Wanneer de beloningen groter zijn dan de kosten van de relatie zal het resultaat zijn dat de actor in de relatie blijft, oftewel, deze relatie voortzet. Op zijn beurt, wanneer de kosten hoger zijn dan de beloningen, in elk soort relatie (e.g., romantisch, vriendschappelijk, professioneel, of economisch), dan zal de actor de relatie verbreken.

Uitwisseling van interacties tussen actoren zoals organisaties en klanten/gebruikers, vormen de basis voor literatuur in services- en relatiemanagement (e.g., Grönroos, 2016; Lovelock & Wirtz, 2016; Zeithaml et al., 2009), waarbij het opbouwen van relaties met de belangrijkste stakeholders in het dienstverleningsproces centraal staat. De klant/afnemer/eindgebruiker is de basis voor alle acties die worden ondernomen door welk soort organisatie dan ook (Zeithaml et al., 2009). Ook in het hoger onderwijs lijken deze ideeën toepasbaar (Gibbs & Kharouf, 2022; Ng & Forbes, 2009; Yousaf et al., 2020). Het onderwijs kan in die zin worden gezien als een dienst die bestaat uit sociale interacties tussen studenten en hun onderwijsinstelling. Vooral wanneer er sprake is van een dienst met een hoge mate van interactie (Bloemer & Ruyter, 1999), zoals in het hoger onderwijs, is het belangrijk om de aandacht te richten op de manier waarop studenten als primaire stakeholders de onderwijsdienst ervaren (Bunce et al., 2017; Guilbault, 2016). In het geval van hoger onderwijs betekent dit door de bril van de sociale uitwisselingstheorie bekeken, dat een student die wil leren en wil afstuderen, begeleiding door een docent, professor of

mentor vanuit de onderwijsdienst verlangt. Dit is echter geen eenrichtingsverkeer; er is sprake van een wederkerige uitwisseling waarin de twee afhankelijk zijn van elkaar om het onderwijs invulling te geven.

Foa en Foa (1980) onderzochten interpersoonlijk gedrag en ontwikkeling in sociale ontmoetingen. Zij geven aan dat de persoonlijke verbondenheid van belang is in de uitwisseling, vooral als het gaat om diensten. Verbondenheid verwijst naar het hebben van een hechte en affectieve relatie met anderen, en deze wordt beschouwd als een universele psychologische basisbehoefte (Deci & Ryan, 2008). Om een idee te geven hoe volgens de voorgaande ideeën relatievorming in het hoger onderwijs ontstaat introduceren we het volgende model (zie Figuur 2).

Figuur 2. Model relatievorming tussen studenten en hun opleiding in het Hoger Onderwijs



Noot: Met opleiding wordt bedoeld, alle medewerkers van de opleiding.

In Figuur 2 wordt de relevantie van SET in de relaties tussen studenten en hun faculteit en personeel benadrukt (zie ook Cropanzano et al., 2017). In het hoger onderwijs kunnen studenten worden gezien als primaire stakeholders van de onderwijsdiensten (Bowden, 2011; Bunce et al., 2017; Molesworth et al., 2011). In lijn met het gap-model van Parasuraman en collega's (1991) dat nog steeds wordt gebruikt om de kwaliteit van diensten te verbeteren, is de eerste stap in het verbeteren van diensten het ontdekken van de verwachtingen en percepties van stakeholders. In lijn met de services- en relatiemanagementliteratuur, plaatsen we daarmee de percepties en attitudes van de student in het cen-

trum van de onderwijservaring. Op basis van studentpercepties over de positieve en negatieve interacties, denken studenten beter of slechter over de interpersoonlijke relaties die zij hebben met hun faculteit en personeel. Dit komt tot uitdrukking in de relatiekwaliteit die studenten ervaren.

Relatiekwaliteit

In onderzoek naar de kwaliteit van (interpersoonlijke) relaties zijn er veel verschillende conceptualisaties van relatiekwaliteit (Athanasopoulou, 2009; Osobajo & Moore, 2017). Er wordt dan bijvoorbeeld verwezen naar “de sterkte van de relatie tussen twee partijen” (Bowden, 2011; Dagger et al., 2009), of hoe “gezond” de relatie is gebaseerd op de evaluatie van de partijen die deel uitmaken van die relatie (Osobajo & Moore, 2017). Oftewel, relatiekwaliteit kan worden gedefinieerd als de algemene perceptie van de ervaring van de kwaliteit die desbetreffende actor heeft. Het is de context die specifieke beschrijvingen van partijen bepaalt, waardoor de definities van relatiekwaliteit verschillen (Osobajo & Moore, 2017). Niettemin is het gedachtegoed van relatiekwaliteit op elke vorm van intermenselijke relaties tussen twee partijen van toepassing, zoals een relatie tussen aanbieder en afnemer, of tussen actoren. In de literatuur over services- en relatiemanagement wordt verder aangenomen dat kwaliteit in het algemeen leidt tot betrokkenheid (engagement) en daarmee tot loyaliteitsintenties en -gedrag (zie Zeithaml et al., 1996).

Betrokkenheid

In eerdere studies is betrokkenheid (engagement) in de context van het onderwijs onderzocht (zie e.g., Bakker et al, 2015; Betts, et al., 2010; Fredricks & McColskey, 2012; Jang et al, 2010). Deze studies geven het belang aan van studentbetrokkenheid in het onderwijs, maar definities van engagement verschillen, zoals naar onderwijsopdracht/taak binnen een cursus, of binnen het klaslokaal, of groter zoals naar een houding ten aanzien van betrokkenheid bij de studie. Schaufeli en Bakker (2003) voorzien in een gevalideerde schaal voor het meten van engagement. Betrokkenheid (engagement) refereert dan aan betrokken zijn bij (geëngageerd zijn) het studieproces welke in lijn is met de literatuur over services management als het gaat om betrokkenheid in en/of bij het proces.

Loyaliteit

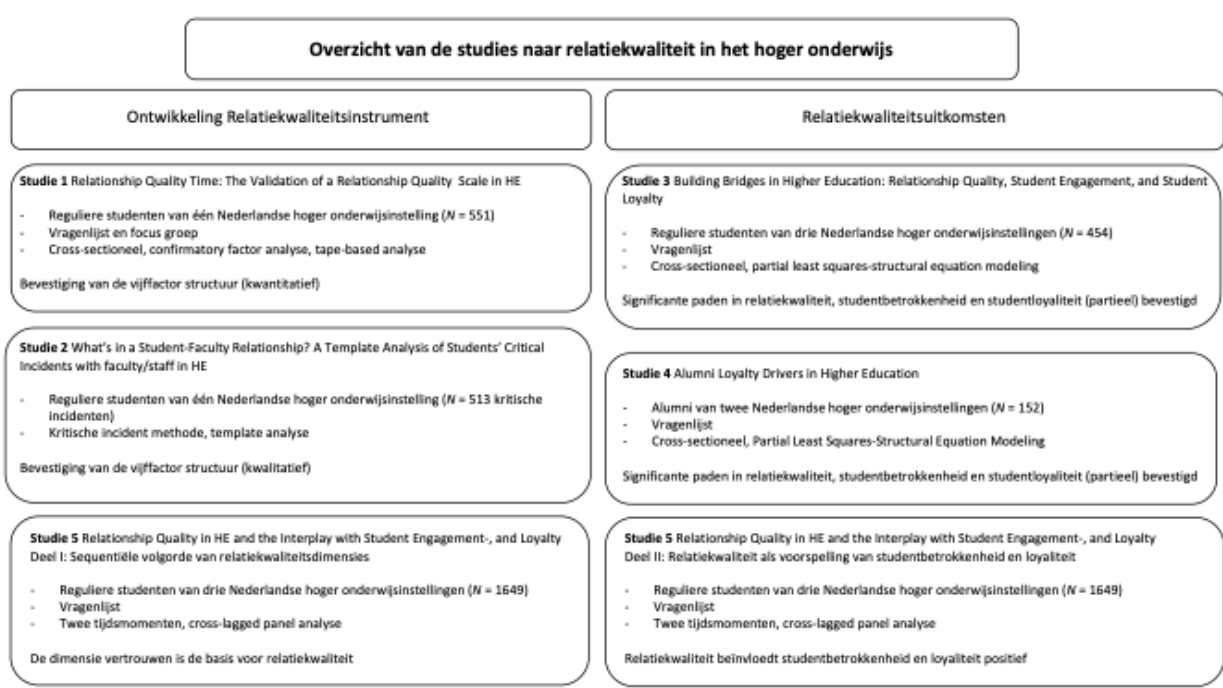
In de internationale literatuur over studentgedrag wordt de loyaliteit van studenten beschouwd als een kritische maatstaf voor het succes van instellingen voor hoger onderwijs (Rojas-Méndez et al., 2009). Voortbouwend op services (diensten) managementonderzoek en in de context van het hoger onderwijs, verwijst studentloyaliteit naar de mate waarin een student zich verbonden voelt met de instelling voor hoger onderwijs en hoe attitude

en gedragsintenties uitdrukking geven aan deze verbondenheid. Zoals opgemerkt door Helgesen en Nettet (2009), kan loyaliteit worden gerelateerd aan de periode waarin een student formeel is ingeschreven, maar ook aan de periode nadat de student zijn formele opleiding aan de instelling heeft afgerond. Alumni vormen daarmee een belangrijke groep die hun voormalige instelling voor hoger onderwijs op verschillende manieren kan ondersteunen (Doña Toledo & Martínez, 2020; Hennig-Thurau et al., 2001). Vanwege hun tijd en financiële middelen zijn alumni een waardevolle bron voor instellingen voor hoger onderwijs (Ebert et al., 2015; Weerts & Ronca, 2008), bijvoorbeeld door te reflecteren op actuele curricula, het bieden van baankansen of het aanbieden van stages, gastcolleges en het geven van donaties. Zoals aangegeven door Yousaf et al. (2020) is het ontwikkelen van studentloyaliteit een vereiste voor het bouwen van een sterke basis en een solide lange(re)termijnrelatie met studenten niet alleen gebonden aan de tijd van studie, maar ook daarna.

Overzicht van Onderzoek en Resultaten

In de studies van het proefschrift werd allereerst onderzocht hoe relatiekwaliteit in het hoger onderwijs gemeten kon worden. Vervolgens werd er gekeken naar de verbanden tussen relatiekwaliteit en de betrokkenheid van studenten bij hun studie (engagement) en hun loyaliteit ten opzichte van hun onderwijsinstelling (faculteit/personeel; zie Figuur 3). Hierbij is zowel kwantitatief (Studies 1, 3, 4 en 5) als kwalitatief onderzoek (Studies 1 en 2) uitgevoerd. In de onderzoeken was de focus gericht op het meten van relatiekwaliteit in het hoger onderwijs vanuit de ervaring van de student als belangrijkste stakeholder.

Figuur 3. Overzicht van studies en bevinding naar relatiekwaliteit in het hoger onderwijs



Noot. HE = Higher Education (Hoger Onderwijs).

Relatiekwaliteit in het Hoger Onderwijs

Studies 1 en 2 hebben geresulteerd in de validatie van een nieuwe schaal voor het meten van relatiekwaliteit in het hoger onderwijs: de *Higher Education Relationship Quality-schaal* (HERQ-schaal; Snijders et al., 2018, 2019, 2020, 2022). Deze schaal is in Studies 3, 4 en 5 telkens toegepast.

Studie 1. In de hoger onderwijscontext en onderwijsonderzoek is het meten van relatiekwaliteit een nieuwe benadering. Het instrument dat is ontwikkeld bestaat uit vijf relatiekwaliteitsdimensies (gebaseerd op het werk van Roberts et al., 2003) dat qua bewoording aangepast is aan de context van het hoger onderwijs. De dimensie *vertrouwen in welwillendheid* verwijst naar de mate waarin studenten denken dat de faculteit/ personeelsleden zich bekommeren om hun welzijn, dat ze bedoelingen en motieven hebben die studenten ten goede komen en dat ze niet handelen op een manier die negatieve gevolgen voor hen heeft. Ook is *vertrouwen in eerlijkheid* opgenomen, wat het vertrouwen vertegenwoordigt dat studenten hebben in de geloofwaardigheid van een universiteit/hoger onderwijsinstelling die wordt vertegenwoordigd door de faculteit/het personeel. *Affectieve betrokkenheid* verwijst naar het gevoel van studenten om bij hun universiteit (dat wil zeggen hun faculteit/ personeel) te willen horen of ermee verbonden willen zijn. *Tevredenheid* werd ook opgenomen en bestaat uit de tevredenheid van de student met de

algemene kwaliteit van de relatie met de opleiding. Tot slot is *affectief conflict* opgenomen, dat kan worden gezien als een negatieve indicator voor de kwaliteit van de relatie, als tegenpool van vertrouwen (Roberts et al., 2003). Het affectief conflict dat studenten ervaren zal de mate van hun waargenomen relatiekwaliteit verlagen, door het gevoel van irritatie, frustratie en boosheid.

In de eerste studie is de ontwikkelde schaal onderzocht op basis van een vragenlijst die is uitgezet onder studenten ($N = 551$) van een Nederlandse onderwijsinstelling. Hieruit kwam naar voren dat de items van de schaal betrouwbaar waren en dat het construct relatiekwaliteit uit de vijf relatiekwaliteitsdimensies bestaat en daarmee toegepast kunnen worden in het hoger onderwijs. Er is ter aanvulling een focusgroep discussie gehouden onder studenten. Het doel daarvan was om de kwantitatieve resultaten te valideren. In de discussie zijn studenten bevraagd naar concrete voorbeelden van de relatiekwaliteitsdimensies of andere relationele aspecten ten aanzien van de kwaliteit van de relatie tussen studenten en hun opleiding.

Studie 2. In Studie 2 werden studenten bevraagd via een kritische incidentmethode (CIT) in de vorm van een online vragenlijst (Butterfield et al., 2005; Douglas et al., 2009). Er werd gevraagd naar positieve en negatieve ervaringen van de perceptie van studenten van de sociale interacties die zij ervoeren ten aanzien van relatiekwaliteit, binnen en buiten het klaslokaal (face-to-face en online) met alle medewerkers van de opleiding. Dat werd gedaan met vier open vragen: 1. Beschrijf in het kort welke situatie opdeed; 2. Wanneer en waar geschiedde deze situatie?; 3. Wat werd er gezegd of gedaan tijdens de interactie?; 4. Wat maakte dat je heel positief of heel negatief over het contact was dat tijdens die situatie plaatsvond?. Responses werden onderzocht via een template analyse in lijn met King en Brooks (2016). De vijf relatiekwaliteitsdimensies vormden het fundament. De aanpak is daarmee een uitgebreide benadering om de kwaliteit van relaties in het hoger onderwijs in al haar rijkdom te meten. In het onderzoek zijn 513 cases geanalyseerd die geresulteerd hebben in de bevestiging van de vijf relatiekwaliteitsdimensies.

De Invloed van Relatiekwaliteit op Studentbetrokkenheid en Loyaliteit

In de studies werd verder verondersteld dat de relatiekwaliteitsdimensies een positief effect hebben op betrokkenheid, gemeten in termen van student engagement en student loyaliteit (zie Figuur 1).

Studies 3 en 4. In lijn met de services- en relatiemanagementliteratuur waar wordt aangenomen dat in het algemeen de kwaliteit van relaties leidt tot (consument) betrokkenheid en daarmee tot loyaliteitsintenties (zie Zeithaml et al., 1996) is in Studie 3 de uitkomsten van relatiekwaliteit onderzocht onder studenten ($N = 454$). Hierbij werd de voorspellende waarde van relatiekwaliteit op betrokkenheid (engagement) en loyaliteit onder-

zocht. In Studie 4 is onder alumni ($N = 152$) onderzocht welke voorspellende waarde relatiekwaliteit heeft op voormalige studentbetrokkenheid (engagement) en alumni loyaliteit. Voor beide studies is een Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) toegepast voor de data-analyse. Uit Studies 3 en 4 bleek dat de relatiekwaliteitsdimensies positief geassocieerd waren met studentbetrokkenheid (engagement) en loyaliteit; hoe hoger de ervaren relatiekwaliteit, hoe hoger engagement en loyaliteit. Het verschil in de bevindingen in deze studies zat in de verschillende relatiekwaliteitsdimensies en de associaties met betrokkenheid en loyaliteit (zie Tabel 1). De statistisch significante paden zijn vetgedrukt weergegeven door de “*sample mean values*” na een bootstrap procedure in PLS-SEM (Hair et al., 2016).

In Studie 3 werd er onder reguliere studenten een positief verband gevonden tussen vertrouwen in eerlijkheid en toewijding; affectief conflict en, absorptie en vitaliteit; affectief commitment en alle drie de dimensies van studentbetrokkenheid (absorptie, toewijding en vitaliteit). Verder was er in Studie 3 tussen toewijding en vitaliteit een positief verband met studentloyaliteit. Statistisch significante paden voor de directe relaties tussen relatiekwaliteit en loyaliteit werden gevonden voor alle relatiekwaliteitsdimensies behalve vertrouwen in bereidwilligheid.

Tabel 1. Significante paden voor studenten ($N = 454$; Studie 3) en alumni ($N = 152$; Studie 4)

	Studenten	Alumni
Relatiekwaliteit > Studentbetrokkenheid		
Absorptie	$R^2 = 31\%$	$R^2 = 23\%$
Vertrouwen in bereidwilligheid > Absorptie	.100	.431***
Vertrouwen in eerlijkheid > Absorptie	-.036	-.258*
Affectief commitment > Absorptie	.475***	.335***
Tevredenheid > Absorptie	-.019	-.002
Affectief conflict > Absorptie	-.102*	-.058
Toewijding		
	$R^2 = 45\%$	$R^2 = 30\%$
Vertrouwen in bereidwilligheid > Toewijding	-.019	.298*
Vertrouwen in eerlijkheid > Toewijding	.150*	-.051
Affectief commitment > Toewijding	.480***	.341***
Tevredenheid > Toewijding	.092	.094

Het belang van relatiekwaliteit in het hoger onderwijs

Affectief conflict > Toewijding	-.080	.040
Vitaliteit	$R^2 = 37\%$	$R^2 = 17\%$
Vertrouwen in bereidwilligheid > Vitaliteit	-.015	.310**
Vertrouwen in eerlijkheid > Vitaliteit	-.042	-.249*
Affectief commitment > Vitaliteit	.465***	.236**
Tevredenheid > Vitaliteit	.051	.189*
Affectief conflict > Vitaliteit	-.258***	-.022
Studentbetrokkenheid > Studentloyaliteit		
Studentloyaliteit	$R^2 = 55\%$	$R^2 = 53\%$
Absorptie > Loyaliteit	-.107	-.051
Toewijding > Loyaliteit	.686***	.784***
Vitaliteit > Loyaliteit	.192***	-.017
Relatiekwaliteit > Studentloyaliteit		
Vertrouwen in bereidwilligheid > Loyaliteit	.016	.192
Vertrouwen in eerlijkheid > Loyaliteit	.224***	.109
Affectief commitment > Loyaliteit	.382***	.317***
Tevredenheid > Loyaliteit	.221***	.216*
Affectief conflict > Loyaliteit	-.130***	-.018

Noot: *** $p < .005$; ** $p < .01$; * $p < .05$. Resultaten voor affectief conflict zijn niet om gecodeerd; een min voor het resultaat is dus een positieve bijdrage voor relatiekwaliteit en uitkomstvariabelen. Statistisch significante paden zijn vetgedrukt weergegeven met de "sample mean values" na de bootstrapping procedure in PLS-SEM.

In Studie 4 werd er onder alumni een positief verband gevonden tussen vertrouwen in bereidwilligheid en de dimensies van studentbetrokkenheid; vertrouwen in eerlijkheid en absorptie en vitaliteit; affectief commitment en de dimensies van studentbetrokkenheid; en tot slot, tevredenheid en vitaliteit. In Studie 4 had alleen toewijding een positief verband met studentloyaliteit. Statistisch significante paden voor de directe relaties tussen

relatiekwaliteit en loyaliteit werden alleen gevonden voor affectief commitment en tevredenheid.

Studie 5. Het doel van de laatste studie was tweevoudig. Het eerste doel was om te kijken naar de volgorde van de relaties tussen relatiekwaliteitsdimensies. Het tweede doel was om de sterkte van de associaties tussen relatiekwaliteit, betrokkenheid en loyaliteit te onderzoeken. Het onderzoek was uitgezet onder studenten van drie Nederlandse hoger onderwijsinstellingen ($N = 1659$). Uit deze studie kwam naar voren dat relatiekwaliteitsdimensie vertrouwen (i.e., vertrouwen in eerlijkheid en vertrouwen in bereidwilligheid) de basis vormt voor relatiekwaliteit in het hoger onderwijs en latere affectieve dimensies (i.e., affectieve betrokkenheid, affectief conflict en tevredenheid) kon voorspellen. Ook werd in deze studie bevestigd dat relatiekwaliteit, betrokkenheid en loyaliteit positief beïnvloedt binnen een collegejaar.

Samengevat

In Studies 1 en 2 is een bestaande relatiekwaliteit schaal aangepast en toegepast in het hoger onderwijs om deze te valideren. Vervolgens zijn de uitkomsten van relatiekwaliteit onderzocht. In Studies 3 en 4 is de positieve associatie tussen relatiekwaliteit en studentbetrokkenheid en studentloyaliteit bevestigd bij reguliere studenten en alumni. Ten slotte is in Studie 5 de sequentiële wisselwerking tussen de dimensies van relatiekwaliteit en oorzaak-gevolg relaties tussen relatiekwaliteit, studentbetrokkenheid, en de loyaliteit van studenten onderzocht.

Implicaties voor de Onderwijspraktijk

Meting van Relatiekwaliteit in het Hoger Onderwijs

De onderzoeken uit het proefschrift geven een eerste inzicht in hoe studenten aankijken tegen de kwaliteit van de relatie met hun opleiding. Deze resulteerden in een praktische toepasbaarheid van een instrument in het hoger onderwijs. Hiermee werd de perceptie van studenten van de kwaliteit van de relatie die zij hebben (of hadden) met de onderwijsfaculteit en het personeel gemeten via de HERQ-schaal. Met dit instrument kan de meting van de relatiekwaliteit in het hoger onderwijs worden verbeterd. Afname van de HERQ-schaal kan hoger onderwijsinstellingen een verdiepend inzicht geven in de relationele aspecten van de onderwijservaring van studenten waardoor de onderwijspraktijk ze beter begrijpt op zowel instellings- als opleidingsniveau. Op die manier is het gemakkelijker om adequaat te reageren op de indicaties van de positieve en negatieve percepties van studenten. De HERQ-schaal voegt daarmee waarde toe aan de operationalisering van het relatiekwaliteitsconcept in het hoger onderwijs. Voor hoger onderwijsinstellingen is het

van belang om relaties met studenten en andere belanghebbenden, zoals relaties in het werkveld, succesvol op te bouwen. In het kader van kwaliteitsborging is ondersteuning van het management nodig bij strategische en procesbeslissingen over het meten en monitoren van de ervaringen van studenten. Daarvoor maken hoger onderwijsinstellingen onder meer gebruik van kwaliteitsmeetinstrumenten zoals de nationale studentenenquête (NSE; Studiekeuze123, 2020). Hoewel NSE of soortgelijke enquêtes inzicht geven in studenttevredenheid, geeft de HERQ-schaal meer inzicht in de relatie tussen instelling en studenten. Via deze HERQ-schaal wordt specifiek aangegeven welke percepties studenten hebben ten aanzien van de kwaliteit van hun relatie met hun instituut. Dit gebeurt door studenten expliciet te vragen hoe zij de kwaliteit van hun relatie met de opleiding ervaren aan de hand van meerdere items. De HERQ-schaal heeft hierbij een praktische waarde door het toepassen van het instrument bijvoorbeeld naast cursusevaluaties en nationale enquêtes (zie Appendix).

Relatiekwaliteit als Voorspeller van Betrokkenheid

Voor zover bekend zijn de studies die in het proefschrift worden gepresenteerd de eerste die relatiekwaliteit als een multidimensionaal construct hebben bestudeerd en het effect daarvan op studentuitkomsten in het hoger onderwijs hebben onderzocht (d.w.z. studentbetrokkenheid en loyaliteit). De studies bevestigen dat, om een positieve relatie met studenten op te bouwen en te onderhouden, het onderzoeken van de kwaliteit van de relatie noodzakelijk is. Hiermee kunnen we immers de relationele behoeften van studenten beter leren begrijpen. Wanneer relatiekwaliteit positief wordt ervaren door (oud-)studenten, zullen zij meer betrokken raken bij hun studie en vervolgens (meer) loyaal worden naar de (voormalig) onderwijsinstelling. Hoewel er verschillen zijn gevonden tussen de voorspelling van relatiekwaliteitsdimensies tussen huidige en oud-studenten, fungeert relatiekwaliteit over het algemeen als een voorspeller van toekomstige studentbetrokkenheid (bij het studieproces) en loyaliteit.

De onderwijspraktijk heeft belang bij het aangaan van langdurige relaties met (oud-)studenten. Om deze te initiëren zullen zij zich moeten richten op het leggen van de relationele banden met studenten tijdens hun studie. Het toepassen van een relatiebenadering kan dus gunstig zijn voor hoger onderwijsinstellingen. Om binding met studenten te verbeteren, zullen beleidsmakers en de onderwijspraktijk zich strategisch moeten richten op de relationele aspecten met hun studenten. Zoals voorgesteld zouden alumni actief betrokken moeten worden bij het creëren van een post-onderwijscultuur die op langdurige relaties is gebaseerd (Pedro et al., 2020, 2021; Schlesinger et al., 2017). Op deze manier zouden studenten, alumni, werkveld en hoger onderwijsinstellingen profiteren van het onderwijs dat zij tezamen creëren.

De studies uit het proefschrift dragen bij aan het tot nu toe nog beperkte inzicht in relatiekwaliteit in het hoger onderwijs (zie e.g., García-Moya et al., 2019; Hennig-Thurau et al., 2001; Schlesinger et al., 2017). De onderzoeksresultaten bieden nieuwe ideeën in de bestaande (onderwijs en psychologie) literatuur over interpersoonlijke relaties en relatiebeheer in het hoger onderwijs. De relatiekwaliteitsdimensies vormen daarmee uitgangspunten, zoals het affectieve commitment en het vertrouwen dat studenten hebben in de welwillendheid van (docenten en medewerkers van) hun (voormalige) opleiding. De praktische implicatie is dat docententeams, onderwijskundigen en beleidsmakers gebruik kunnen maken van deze bevindingen. Met name de manier waarop het vertrouwen van studenten in de kwaliteit van de relatie die zij hebben met hun opleiding kan worden opgebouwd zoals door tevredenheid en betrokkenheid, en het vermijden van onnodige conflicten.

Relatiemanagement

Alle studies van dit proefschrift tezamen suggereren dat het belangrijk is om de relatie van studenten met alle contactpersonen van de opleiding in ogenschouw te nemen, in plaats van alleen te richten op de relatie tussen docent en student. De vijf relatiekwaliteitsdimensies geven hierbij een beter beeld. De bevindingen van de studies uit het proefschrift zijn daarom op meerdere manieren van belang voor beleidsmakers en onderwijspersoneel. Op het individuele niveau van het hoger onderwijs kunnen professoren, leerkrachten of mentoren het begrip van de kwaliteit van de relatie met de studenten positief beïnvloeden. Hun advies en begeleiding is essentieel en hierin zouden de kwaliteitsdimensies van de relatie in overweging moeten worden genomen. Op groepsniveau is afstemming binnen het onderwijsteam noodzakelijk om te bepalen hoe zij (docenten, professoren en mentoren) studenten willen begeleiden in het onderwijsproces tot aan het afstuderen en daarna.

Op basis van de studies lijkt het voor de hand te liggen dat de faculteit en het (onderwijs)personeel hun (communicatie)strategieën afstemmen op relatiebeheer met studenten. Dat kan door in te spelen op de relatiekwaliteitsdimensies zoals toegepast in het proefschrift. Uit de kwalitatieve studie (Studie 2) en de longitudinale studie (Studie 5) blijkt dat vertrouwen kan worden gezien als basis van relatiekwaliteit. Om vertrouwen te verkrijgen in de relatie tussen begeleider en student, is van belang om duidelijkheid te geven over afspraken zoals hoe snel de student een reactie kan verwachten en welke verantwoordelijkheden bij wie liggen.

Vervolgonderzoek

De studenten in de onderzoeken van het proefschrift waren relatief gelijkmatig verdeeld over leeftijd, geslacht en verschillende onderwijsprogramma's. Echter, gerelateerd aan SET, kunnen culturele normen en waarden verschillen (Pillay & James, 2015) en de uitkomsten ervan beïnvloeden, zoals alumni loyaliteit (Iskhakova et al., 2021). Er kan dus tussen landen een verschil bestaan in de wijze waarop de bijdragen van alumni en hun betrokkenheid tot uitdrukking komen (e.g., de Verenigde Staten versus Europa). Zo gaf eerder onderzoek aan dat binnen een instelling de culturele achtergrond van studenten van invloed is op het gevoel dat zij hebben zoals zich comfortabel voelen in de omgeving waarin het onderwijs wordt verzorgd (Guo & Jamal, 2007). Dit is in lijn met een recente studie van Schachner et al. (2019) waaruit naar voren kwam dat een gevoel van samenhang de relatie tussen de culturele diversiteit en de studentenresultaten bevordert. Intercultureel onderzoek naar relatiekwaliteit zou daarom helpen bij het onderzoeken van culturele verschillen in de manier waarop relatiekwaliteit in het hoger onderwijs wordt ervaren door (oud-)studenten uit andere culturen (García-Moya et al., 2020). Om de bevindingen van het onderzoek te kunnen generaliseren raden wij aan om studenten van verschillende instellingen uit andere landen te onderzoeken, zodat de culturele interpretaties van de onderzochte variabelen beter kunnen worden vergeleken.

De studies uit het proefschrift sluiten aan bij andere, recente studies die zich richten op het onderzoek naar het bevorderen van klantbetrokkenheid en klantgericht denken (zie e.g., Dollinger & Lodge, 2020; Matthews et al., 2018). In de onderwijspraktijk zou men zich specifiek op de verschillende segmenten van hun studentenpopulatie moeten richten zoals op ingeschreven studenten versus alumni, ervaringen van eerstejaars studenten versus ervaringen van studenten uit hogere jaren. In lijn met recente bevindingen (Pedro et al., 2020, 2021) zou het voor onderwijsinstellingen waardevol zijn om te onderzoeken of alumni nog steeds betrokken willen zijn bij hun voormalig onderwijsinstituut, en zo ja, op welke manier.

In het hoger onderwijs kunnen studenten als de primaire stakeholders van de onderwijsdienst worden gezien. In de studies van het proefschrift is daarom slechts één kant van de relatie, namelijk de perceptie van de studenten, in ogenschouw genomen. Het ging hierbij expliciet om het standpunt van de studenten, waarbij studenten alleen werd gevraagd naar hun percepties (Studies 1-5). In lijn met de literatuur en onderzoeken naar interpersoonlijke relaties, is het belangrijk om informatie te verzamelen van verschillende partijen binnen de relatie om de stabiliteit van diens relatie te beoordelen (Duck, 1990). De volgende stap omvat daarom dus ook om de perceptie van andere belanghebbenden in het dienstverleningsproces, door bijvoorbeeld docenten, professoren of mentoren mee te nemen in vervolgonderzoek.

Hoewel de onderzochte relaties tussen relatiekwaliteit, studentbetrokkenheid en studentloyaliteit inzicht geven in het opbouwen en onderhouden van positieve relaties tussen studenten en hun opleiding, zou vervolgonderzoek naar de associatie met studiesucces (studieresultaten) interessant zijn. Zorgt een betere of hogere relatiekwaliteit en/of studentbetrokkenheid voor (een beter) studiesucces? Voor studenten is het behalen van voldoende studiepunten en daarmee het verkrijgen van een diploma en toegang tot de arbeidsmarkt van belang. Dit geldt evenzo voor hoger onderwijsinstellingen die voor elke gediplomeerde student bekostiging verkrijgt en nieuwe aanwas levert aan het werkveld.

Tot slot, COVID-19 zorgde voor drastische aanpassingen in het onderwijsproces. Blended en hybride leren domineren momenteel het onderwijs. Hoewel er nu al inzichten zijn in studentervaringen over blended learning en het effect daarvan op studiesucces, uitval en leeruitkomsten (e.g., Dziuban et al., 2018) weten we nog niet welke aanpassingen dit vraagt op relationeel gebied in de onderwijspraktijk. Het zou daarom nuttig zijn een vergelijking tussen pre- en post-COVID-19 verschillen in de relatiekwaliteit van studenten te onderzoeken, zodat met die inzichten ingespeeld kan worden op de veranderende behoeften van de student. Een aandachtsgebied kan dan zijn hoe door de pandemie de relatiekwaliteit vorm krijgt in afstandsonderwijs.

Dankwoord

De auteurs bedanken graag Paul Vader voor zijn redactionele adviezen en suggesties op een eerdere versie van dit artikel. Ook dank aan de anonieme reviewer voor diens waardevolle suggesties ter verbetering en erkenning van het belang van onderzoek naar relatiekwaliteit en de invloed daarvan op studentbetrokkenheid.

Referenties

- Athanasopoulou, P. (2009). Relationship quality: A critical literature review and research agenda. *European Journal of Marketing*, 43(5/6), 583-610. <https://doi.org/10.1108/03090560910946945>
- Bakker, A. B., Sanz Vergel, A. I., & Kuntze, J. (2015). Student engagement and performance: A weekly diary study on the role of openness. *Motivation and Emotion*, 39, 49-62. <https://doi.org/10.1007/s11031-014-9422-5>
- Betts, J. E., Appleton, J. J., Reschly, A. L., Christenson, S. L., & Huebner, E. S. (2010). A study of the factorial invariance of the Student Engagement Instrument (SEI): Results from middle and high school students. *School Psychology Quarterly*, 25(2), 84-93. <https://doi.org/10.1037/a0020259>
- Blau, P. (1964). *Exchange & power in social life*. John Wiley & Sons.

- Bloemer, J., & De Ruyter, K., (1999). Customer loyalty in high and low involvement service settings: the moderating impact of positive emotions. *Journal of Marketing Management*, 15(3), 315-330. <https://doi.org/10.1362/026725799784870388>
- Bowden, J. (2009). The process of customer engagement: A conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63-74. <https://doi.org/10.2753/mtp1069-6679170105>
- Bowden, J. (2011). Engaging the student as a customer: A relationship marketing approach. *Marketing Education Review*, 21(3), 211-228. <https://doi.org/10.2753/mer1052-8008210302>
- Brodie, R., Hollebeek, L., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- Bunce, L., Baird, A., & Jones, S. (2017). The student-as-consumer approach in higher education and its effects on academic performance. *Studies in Higher Education*, 42(11), 1958-1978. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1127908>
- Butterfield, L. D., Borgen, W. A., Amundson, N. E., & Maglio, A. S. T. (2005). Fifty years of the critical incident technique: 1954-2004 and beyond. *Qualitative research*, 5(4), 475-497. <https://doi.org/10.1177/1468794105056924>
- Cropanzano, R., Anthony, E., Daniels, S., & Hall, A. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals*, 11(1), 479-516. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0099>
- Dagger, T. S., Danaher, P. J., & Gibbs, B. J. (2009). How often versus how long. *Journal of Service Research*, 11(4), 371-388. <https://doi.org/10.1177/1094670508331251>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182-185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>
- Dollinger, M., & Lodge, J. (2020). Understanding value in the student experience through student-staff partnerships. *Higher Education Research & Development*, 39(5), 940-952. <https://doi.org/10.1080/07294360.2019.1695751>
- Doña Toledo, L., & Luque Martínez, T. (2020). How loyal can a graduate ever be? The influence of motivation and employment on student loyalty. *Studies in Higher Education*, 45(2), 353-374. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1532987>
- Douglas, J., McLelland, R., Davies, J., & Sundbury, L., (2009). Using critical incident technique (CIT) to capture the voice of the student. *The TQM Journal*, 21(4), 305-318. <https://doi.org/10.1108/17542730965038>
- Duck, S. (1990). Relationships as unfinished business: Out of the frying pan and into the 1990s. *Journal of Social and Personal Relationships*, 7(1), 5-28. <https://doi.org/10.1177/0265407590071001>
- Dziuban, C., Graham, C. R., Moskal, P. D., Norberg, A., & Sicilia, N. (2018). Blended learning: the new normal and emerging technologies. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 15(1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s41239-017-0087-5>
- Ebert, K., Axelsson, L., & Harbor, J. (2015). Opportunities and challenges for building alumni networks in Sweden: A case study of Stockholm University. *Journal of*

- Higher Education Policy and Management*, 37(2), 252-262. <https://doi.org/10.1080/1360080x.2015.1019117>
- Emerson, R. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335-362. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.02.080176.002003>
- Fredricks, J. A., & McColskey, W. (2012). The measurement of student engagement: A comparative analysis of various methods and student self-report instruments. In S. L. Christenson, A. L. Reschly, & C. Wylie (Eds.), *Handbook of research on student engagement* (pp. 763-782). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-2018-7_37
- Foa, U., & Foa, E. (1980). Resource theory: Interpersonal behavior as exchange. In J. Gergen, M. Greenberg & R. Wills (Eds.), *Handbook of social resource theory: Theoretical extensions, empirical insights, and social applications* (pp. 77-95). Springer.
- García-Moya, I., Brooks, F., & Moreno, C. (2020). Humanizing and conducive to learning: an adolescent students' perspective on the central attributes of positive relationships with teachers. *European Journal of Psychology of Education*, 35(1), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s10212-019-00413-z>
- Gibbs, T., & Kharouf, H. (2022). The value of co-operation: an examination of the work relationships of university professional services staff and consequences for service quality. *Studies in Higher Education*, 47(1), 38-52. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1725878>
- Grönroos, C. (2016). *Service management and marketing* (4th ed.). Wiley.
- Guilbault, M. (2016). Students as customers in higher education: Reframing the debate. *Journal of Marketing for Higher Education*, 26(2), 132-142. <https://doi.org/10.1080/08841241.2016.1245234>
- Guo, S., & Jamal, Z. (2007). Nurturing cultural diversity in higher education: A critical review of selected models. *Canadian Journal of Higher Education*, 37(3), 27-49. <https://journals.sfu.ca/cjhe/index.php/cjhe/article/view/529/575>
- Hagenauer, G., & Volet, S. (2014). Teacher–student relationship at university: An important yet under-researched field. *Oxford Review of Education*, 40(3), 370-388. <https://doi.org/10.1080/03054985.2014.921613>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications Ltd.
- Helgesen, Ø., & Nettet, E. (2007). What accounts for students' loyalty? Some field study evidence. *International Journal of Educational Management*, 21(2), 126-143. <https://doi.org/10.1108/09513540710729926>
- Hennig-Thurau, T., Langer, M., & Hansen, U. (2001). Modeling and managing student loyalty. *Journal of Service Research*, 3(4), 331-344. <https://doi.org/10.1177/109467050134006>
- Homans, G. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace & World.
- Iskhakova, L., Hilbert, A., & Joehnk, P. (2021). Cross-cultural research in alumni loyalty: An empirical study among master students from German and Russian universities. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 33(4), 457-492. <https://doi.org/10.1080/10495142.2020.1760995>

- Jang, H., Reeve, J., & Deci, E. L. (2010). Engaging students in learning activities: It is not autonomy support or structure but autonomy support and structure. *Journal of Educational Psychology*, 102(3), 588-600. <https://doi.org/10.1037/a0019682>
- Jamelske, E. (2009). Measuring the impact of a university first-year experience program on student GPA and retention. *Higher Education*, 57(3), 373-391. <https://doi.org/10.1007/s10734-008-9161-1>
- Kappe, R., 2001, Dissertation: <https://www.inholland.nl/media/7963/proefschrift-rutger-kappe.pdf>
- King, N., & Brooks, J. (2016). Template analysis for business and management students. SAGE.
- Leenknecht, M. J. M., Snijders, I., Wijnia, L., Rikers R. M. J. P., Loyens, S. M. M. (2020). Building relationships in higher education to support students' motivation. *Teaching in Higher Education*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/13562517.2020.1839748>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing*. World Scientific.
- Matthews, K. E., Dwyer, A., Hine, L., & Turner, J. (2018). Conceptions of students as partners. *Higher Education*, 76(6), 957-971. <https://doi.org/10.1007/s10734-018-0257-y>
- Molesworth, M., Scullion, R., & Nixon, E. (2011). *The marketization of higher education*. Routledge.
- Murdvee, M. (2009). *Tut.ee*. http://tut.ee/public/m/mart-murdvee/EconPsy/5/6._Econ-Psy_-_Social_exchange.pdf
- Ng, I., & Forbes, J. (2009). Education as service: The understanding of university experience through the service logic. *Journal of Marketing for Higher Education*, 19(1), 38-64. <https://doi.org/10.1080/08841240902904703>
- Osobajo, O., & Moore, D. (2017). Methodological choices in relationship quality (RQ) research 1987 to 2015: A systematic literature review. *Journal of Relationship Marketing*, 16(1), 40-81. <https://doi.org/doi.org/10.1080/15332667.2016.1242395>
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Pedro, I. M., da Costa Mendes, J., & Nobre Pereira, L. (2020). Identifying patterns of alumni commitment in key strategic relationship programmes. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17, 445-468. <http://doi.org/10.1007/s12208-020-00256-1>
- Pedro, I. M., da Costa Mendes, J., & Nobre Pereira, L. (2021). Understanding alumni-alma mater commitment relationships upstream and downstream. *Journal of Marketing for Higher Education*, 13(2), 175-196. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1768200>
- Picton, C., Kahu, E. R., & Nelson, K. (2018). 'Hardworking, determined and happy': First-year students' understanding and experience of success. *Higher Education Research & Development*, 37(6), 1260-1273. doi:10.1080/07294360.2018.1478803
- Pillay, S., & James, R. (2015). Examining intercultural competency through social exchange theory. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 27(3), 320-329. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1093704.pdf>

- Roberts, K., Varki, S., & Brodie, R. (2003). Measuring the quality of relationships in consumer services: An empirical study. *European Journal of Marketing*, 37(1/2), 169-196. <https://doi.org/10.1108/03090560310454037>
- Rojas-Méndez, J., Vasquez-Parraga, A., Kara, A., & Cerda-Urrutia, A. (2009). Determinants of student loyalty in higher education: A tested relationship approach in Latin America. *Latin American Business Review*, 10(1), 21-39. <https://doi.org/10.1080/10978520903022089>
- Roorda, D. L., Jak, S., Zee, M., Oort, F.J., & Koomen, H. M., (2017). Affective teacher-student relationships and students' engagement and achievement: A meta-analytic update and test of the mediating role of engagement. *School Psychology Review*, 46(3), 239-261. <http://doi.org/10.17105/SPR-2017-0035.V46-3>
- Roorda, D., Koomen, H., Spilt, J., & Oort, F. (2011). The influence of affective teacher-student relationships on students' school engagement and achievement. *Review of Educational Research*, 81(4), 493-529. <https://doi.org/10.3102/0034654311421793>
- Roorda, D., Verschueren, K., Vancraeyveldt, C., Van Craeyveldt, S., & Colpin, H. (2014). Teacher-child relationships and behavioral adjustment: Transactional links for preschool boys at risk. *Journal of School Psychology*, 52(5), 495-510. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2014.06.004>
- Schachner, M. K., Schwarzenhal, M., Van de Vijver, F. J. R., & Noack, P. (2019). How all students can belong and achieve: Effects of the cultural diversity climate amongst students of immigrant and nonimmigrant background in Germany. *Journal of Educational Psychology*, 111(4), 703-716. <https://doi.org/10.1037/edu0000303>
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2003). UWES Utrecht Work Engagement Scale. Preliminary manual. Wilmarschaufeli.nl.
- Schlesinger, W., Cervera, A., & Pérez-Cabañero, C. (2017). Sticking with your university: the importance of satisfaction, trust, image, and shared values. *Studies in Higher Education*, 42(12), 2178-2194. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1136613>
- Studiekeuze123. (2020). Nationale Studenten Enquete. <https://www.studiekeuze123.nl/nse>
- Snijders, I., Rikers, R. M. J. P., Wijnia, L., & Loyens, S. M. M. (2018). Relationship quality time: The validation of a relationship quality scale in higher education. *Higher Education Research & Development*, 37(2), 404-417. <https://doi.org/10.1080/07294360.2017.1355892>
- Snijders, I., Wijnia, L., Dekker, J. J., Rikers, R. M. J. P., & Loyens, S. M. M. (2021). What's in a student-faculty relationship? A template analysis on students' positive and negative critical incidents with their educational faculty and staff in higher education. *European Journal of Psychology in Education*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10212-021-00549-x>
- Snijders, I., Wijnia, L., Rikers, R. M. J. P., & Loyens, S. M. M. (2019). Alumni loyalty drivers in higher education. *Social Psychology of Education*, 22(3), 607-627. <https://doi.org/10.1007/s11218-019-09488-4>
- Snijders, I., Wijnia, L., Rikers, R. M. J. P., & Loyens, S. M. M. (2020). Building bridges in higher education: Student-faculty relationship quality, student engagement, and

- student loyalty. *International Journal of Educational Research*, 100, Article 101538. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2020.101538>
- Snijders, I., Wijnia, L., Kuiper, R. M., Rikers, R. M., & Loyens, S. M. (2022). Relationship quality in higher education and the interplay with student engagement and loyalty. *British Journal of Educational Psychology*, 92(2), <https://doi.org/10.1111/bjep.12455>
- Sung, M., & Yang, S. (2009). Student–university relationships and reputation: a study of the links between key factors fostering students' supportive behavioral intentions towards their university. *Higher Education*, 57(6), 787-811. <https://doi.org/10.1007/s10734-008-9176-7>
- Taylor, L., & Parsons, J. (2011). Improving student engagement. *Current Issues in Education*, 14(1). <http://www.learntechlib.org/p/53580>
- Weerts, D., & Ronca, J. (2008). Characteristics of alumni donors who volunteer at their Alma Mater. *Research in Higher Education*, 49(3), 274-292. <https://doi.org/10.1007/s11162-007-9077-0>
- Wubbels, T., & Brekelmans, M. (2005). Two decades of research on teacher–student relationships in class. *International Journal of Educational Research*, 43(1-2), 6-24. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2006.03.003>
- Wolniak, G. C., & Engberg, M. E. (2010). Academic achievement in the first year of college: Evidence of the pervasive effects of the high school context. *Research in Higher Education*, 51(5), 451-467. <https://doi.org/10.1007/s11162-010-9165-4>
- Xerri, M. J., Radford, K., & Shacklock, K. (2018). Student engagement in academic activities: a social support perspective. *Higher Education*, 75(4), 589-605. <https://doi.org/10.1007/s10734-017-0162-9>
- Yousaf, A., Mishra, A., & Bashir, M. (2020). Brand trust, institutional commitment, and their impact on student loyalty: evidence for higher education in India. *Studies in Higher Education*, 45(4), 878-891. <https://doi.org/10.1080/03075079.2018.1558441>
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zeithaml, V., Bitner, M., Gremler, D., & Lovelock, C. (2009). *Services marketing*. McGraw-Hill Higher Irwin.
- Zepke, N., Leach, L., & Butler, P. (2014). Student engagement: students' and teachers' perceptions. *Higher Education Research & Development*, 33(2), 386-398. <https://doi.org/10.1080/07294360.2013.832160>

Bijlage: Higher Education Relationship Quality (HERQ)-scale©

De volgende stellingen hebben betrekking op hoe jij als student de kwaliteit van de relatie met medewerkers van de opleiding ervaart. Geef s.v.p. voor elke stelling aan in hoeverre deze voor jou van toepassing is (1= helemaal mee oneens tot 7= helemaal mee eens).

1	2	3	4	5	6	7
Helemaal mee oneens	Mee eens	Eens	Neutraal	On-eens	Mee eens	Helemaal mee eens
1. _____	Mijn opleiding ^[1] is eerlijk over mijn problemen (V_E1)					
2. _____	Mijn opleiding is bezorgd over mijn welzijn (V_B1)					
3. _____	Ik voel mijzelf emotioneel betrokken bij mijn opleiding (A_COMM1)					
4. _____	Ik ben blij met de wijze van dienstverlening van mijn opleiding (A_T1)					
5. _____	Ik ben boos op mijn opleiding (A_ACON1)					
6. _____	Mijn opleiding hecht veel belang aan integriteit (V_E2)					
7. _____	Als ik mijn problemen toevertrouw aan de mensen van mijn opleiding, dan reageren zij met begrip (V_B2)					
8. _____	Omdat ik graag verbonden ben met mijn opleiding, ga ik door met mijn opleiding (A_COMM2)					
9. _____	Ik ben gelukkig met de dienstverlening van mijn opleiding (A_T2)					
10. _____	Ik ben gefrustreerd door mijn opleiding (A_ACON2)					
11. _____	Mijn opleiding is betrouwbaar (V_E3)					
12. _____	Het handelen van de mensen van mijn opleiding, geeft mij het idee dat ik op hen kan rekenen (V_B3)					
13. _____	Ik continueer de relatie die ik heb met mijn opleiding, omdat ik die relatie oprecht waardeer (A_COMM3)					
14. _____	Ik ben tevreden met de dienstverlening van mijn opleiding (A_T3)					
15. _____	Ik ben geïrriteerd door mijn opleiding (A_ACON3)					

Noot. V_E staat voor Vertrouwen in Eerlijkheid; V_B staat voor Vertrouwen in Bereidwilligheid; A_COMM staat voor Affectie_Affectief Commitment; A_T staat voor Affectie_Tevredenheid; A_ACON staat voor Affectie_Affectief Conflict.

© Snijders, Wijnia, Rikers, & Loyens (2018). De HERQ-schaal mag vrij gebruikt worden voor niet-commerciële wetenschappelijke doeleinden. Het is verboden om, zonder schriftelijke toestemming vooraf van de auteurs, de vragenlijst te gebruiken voor commerciële en/of niet-wetenschappelijke doelstellingen.

^[1] Mijn opleiding staat voor alle medewerkers die betrokken zijn bij de opleiding zoals professoren, docenten en ondersteunend personeel zoals student begeleiders, student psychologen, decanen, medewerkers receptie, mediatheek, catering en conciërgerie.