

석사학위논문

뷰티 서비스 품질이 소비자의 재방문 및
추천의도에 미치는 영향

- 반영구화장 경험자를 중심으로 -

2020년

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰 티 에 스테 틱 전 공

권 현 숙

석사학위논문
지도교수 이준숙

뷰티 서비스 품질이 소비자의 재방문 및
추천의도에 미치는 영향

- 반영구화장 경험자를 중심으로 -

The Effect of Beauty Service Quality on Consumers'
Revisit and Referral Intention
- Focusing on Semi-permanent Makeup Experience -

2019년 12월 일

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

권 현 숙

석사학위논문
지도교수 이준숙

뷰티 서비스 품질이 소비자의 재방문 및 추천의도에 미치는 영향

- 반영구화장 경험자를 중심으로 -

The Effect of Beauty Service Quality on Consumers'
Revisit and Referral Intention
- Focusing on Semi-permanent Makeup Experience -

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2019년 12월 일

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰 티 에 스테 틱 전 공

권 현 숙

권현숙의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2019년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

해 설정된 가설을 검증하였다.

측정변수 간의 상관관계에서 고객응대는 전문성과의 상관관계를 보이고 있다. 물리적환경은 고객응대와 상관관계가 높게 분석되었고, 다음으로 전문성으로 분석되었다. 재방문은 물리적환경, 고객응대와, 전문성과의 상관관계를 보이고, 마지막으로 추천 의도는 재방문, 물리적 환경으로 나타났으며, 고객응대와, 전문성의 순으로 분석되었다.

첫째, 반영구화장 뷰티샵 서비스품질이 재방문에 미치는 영향을 알아본 결과 서비스품질인 전문성, 고객 응대, 물리적 환경에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 고객 응대가 높을수록, 전문성이 높을수록 재방문이 높아지는 것으로 나타났으며 독립변수에서는 물리적 환경이 종속변수인 재방문에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

둘째, 반영구화장 뷰티샵 서비스품질이 추천의도에 미치는 영향을 알아본 결과 서비스품질인 전문성, 고객응대, 물리적 환경에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 전문성이 높을수록, 고객응대가 높을수록 추천의도가 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서 물리적 환경이 종속변수인 추천의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

셋째, 반영구화장 뷰티샵 재방문, 추천의도에 영향을 미치는 서비스품질 요인별 영향력을 알아본 결과 독립변수에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 전문성이 높을수록, 고객응대가 높을수록 재방문 추천 의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이러한 연구결과를 볼 때 서비스품질 요인으로 전문성, 고객 응대, 물리적 환경이 재방문 및 추천의도에 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 연구결과에서 보듯이 전문성보다는 물리적 환경 수준에 대한 결과가 높게 나왔다는 것은 이제는 고객들의 서비스 욕구가 다양해짐에 따라 교통이 편리한 역세권인지, 주차의 편의 시설이 잘되어있는지, 인테리어부분이나 샵의 위생 및 청결 사항에 대하여 연관되어 있다는 점이 연구의 결과로 알 수 있다. 신규 고객 창출과 경영전략 차원에서는 외형적인 요소인 물리적 환경의 수준을 높이는 노력을 해야 할 것으로 사료된다.

【주요어】 반영구화장, 서비스품질, 전문성, 고객 응대, 물리적 환경, 재방문, 추천의도

목 차

제 1장 서 론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구문제	3
제3절 주요용어의 정의	4
제4절 연구의 구성	6
제 2 장 이론적 배경	7
제1절 반연구화장	7
제2절 서비스품질	18
제3절 재방문 및 추천의도	24
제 3장 연구방법 및 분석절차	27
제1절 연구모형	27
제2절 연구가설	28
제3절 변수의 조작적 정의	30
제4절 설문지 구성	32
제5절 자료수집 및 분석방법	33
제 4장 연구결과	34
제1절 표본의 일반적 특성	34
제2절 표본의 기술통계 분석	37
제3절 타당도 및 신뢰도 분석	39
제4절 상관관계분석	49
제5절 가설검정	51

제 5장 결론 및 논의	68
제1절 연구의 결론	68
제2절 연구의 시사점 및 한계	70
참 고 문 헌	72
[부록]설문지	77
ABSTRACT	82

표 목 차

〈표 1-1〉 서비스품질의 하위변수 조작적 정의	4
〈표 2-1〉 반영구화장이 필요한 부위별 특징	9
〈표 2-2〉 반영구화장의 표현기법에 따른 특징	11
〈표 2-3〉 반영구화장의 선행연구	17
〈표 2-4〉 반영구화장 교육내용	20
〈표 2-5〉 물리적 환경	23
〈표 3-1〉 서비스품질의 조작적 정의	30
〈표 3-2〉 재방문의 조작적 정의	30
〈표 3-3〉 추천의도의 조작적 정의	31
〈표 3-4〉 설문지 구성	32
〈표 4-1〉 일반적 특성에 대한 빈도분석	35
〈표 4-2〉 측정항목의 기술통계분석	37
〈표 4-3〉 독립변수의 KMO와 Bartlett의 검정(최초)	41
〈표 4-4〉 측정항목에 대한 탐색적 요인 분석 결과 요약(최초)	41
〈표 4-5〉 측정항목의 탐색적 요인분석 요약	43
〈표 4-6〉 측정항목의 신뢰도 분석 요약	46
〈표 4-7〉 타당도 분석 및 신뢰도 분석 요약	47
〈표 4-8〉 측정변수의 기술통계 및 상관관계 분석 요약	49
〈표 4-9〉 다중회귀분석 모형 요약	52
〈표 4-10〉 분산분석	52
〈표 4-11〉 계수표	53
〈표 4-12〉 서비스품질과 추천의도의 대한 다중회귀분석 결과 요약	53
〈표 4-13〉 독립변수와 종속변수(추천의도)에 대한 가설검정 결과	54
〈표 4-14〉 재방문에 대한 모형요약	55
〈표 4-15〉 분산분석	55
〈표 4-16〉 계수표	56

〈표 4-17〉 서비스품질과 재방문의 대한 다중회귀분석 결과 요약	57
〈표 4-18〉 독립변수와 종속변수(재방문)에 대한 가설검정 결과	58
〈표 4-19〉 재방문과 추천의도의 모형 요약	58
〈표 4-20〉 분산분석	59
〈표 4-21〉 계수표	59
〈표 4-22〉 재방문과 추천의도 대한 단순회귀분석 결과 요약	60
〈표 4-23〉 독립변수와 종속변수(재방문)에 대한 가설검정 결과	60
〈표 4-24〉 매개효과 분석 모형 요약	62
〈표 4-25〉 매개효과 분석의 분산분석	62
〈표 4-26〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분석 계수표 ·	64
〈표 4-27〉 재방문의 매개효과 가설검정 결과	64
〈표 4-28〉 서비스 품질 요인과 추천의도 영향과 재방문의 매개효과 분석 ..	65
〈표 4-29〉 연구가설 검정결과 요약	67

그림 목 차

[그림 2-1] 반영구 머신	10
[그림 3-1] 연구모형	27
[그림 4-1] 서비스품질요인과 추천의도에 대한 가설검정 결과	54
[그림 4-2] 서비스품질요인과 재방문에 대한 가설 검정 결과	57
[그림 4-3] 재방문과 추천의도에 대한 가설 검정 결과	60

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

현대사회에 있어 메이크업은 외모관리의 한 부분이며 자신의 단점을 보완하고 장점을 부각시키는 중요한 요소로 자리매김하고 있다. 그만큼 보여 지는 부분에 있어서 중요한 시대가 되었고, 여성들만 아니라 남성들도 미에 대한 기준이 변화함에 따라 메이크업에 대한 관심도가 급증하고 있다. 외모가 경쟁력인 요즘 시대에 발맞추어 소비시장도 남성들의 비율이 점점 증가하는 것을 알 수 있다. 대중매체의 영향으로 일반인들도 반영구화장을 하는 부분을 선택이 아닌 필수사항으로 인식하고 있다.

핸드폰의 발달과 SNS나 유튜브 등의 활용으로 유행이 빠른 속도로 변화하고 있다. 메이크업을 하는 여성은 사회적으로 영향력이 있고, 메이크업을 함으로써 자신을 꾸미는 일이 기쁨이 되고, 타인으로부터 첫인상이 호감을 얻음으로 자신감이 상승된다.

메이크업의 트렌드를 살펴보면 과거에는 인위적이고 두꺼운 메이크업이 유행이었다면, 2000년대 들어서부터는 natural하고 pure한 메이크업이 유행하면서부터 ‘쌍얼 미인’, ‘동안 피부’라는 말들이 생기게 되었다. 따라서 인위적으로 꾸며낸 아름다움보다는 건강하고 깨끗하면서 고급스러운 이미지가 대인관계에 있어서도 긍정적인 요인으로 작용하고 있다.

메이크업에 있어서 피부표현에 대한 관심도가 증가하면서 세련되고 좋은 이미지를 만들고자 하는 노력을 아끼지 않는 추세이다. 깨끗하고 건강한 피부를 선호하고 화장을 하지 않아도 또렷한 얼굴이 미인의 조건이 되며, 아름다운 민낯을 갖고 싶어 한다.

사회생활을 하는 여성의 경우 매일 화장을 해야 하는 번거로움을 탈피할 수 있는 방법으로 반영구화장을 선호하는 여성들이 많아지고 있는 추세이다. 요즘은 빠른 시대변화와 함께 여성들의 사회진출이 활발해지면서 소비형태가 다양해지고 새로운 화장법들이 등장하고 있다. 그중에서 반영구화장은 세계

곳곳의 여성들에게 놀라울 정도로 편리성과 함께 지속적인 아름다움을 주고 있으며 메이크업의 시간을 단축시켜 주고 자신감을 부여해주는 측면에서는 화장의 혁명이라고도 할 수 있다.

반영구화장 시술 경험자의 소비 행동을 파악하기 위해서는 경영학적 관점이 요구되는데, 경영학의 이슈 중 서비스는 치열한 시장경쟁에서 차별성을 발생시킬 수 있는 마지막 요소라고 이해되고 있고, 반영구화장에 대한 시술 서비스의 경우 시장에 대한 정보가 부족하고 소비자들의 욕구가 다양하기 때문에 반영구화장의 서비스적 요소에 대한 검토가 이루어져야 한다.

소비자들은 기존의 서비스에 만족하지 않고 다양한 변화와 다양한 욕구를 필요로 하며 새로운 서비스를 요구하고 있고, 이러한 미용서비스 산업을 극복하기 위해 고객 중심의 서비스향상과 함께 고객의 충성도를 높이고 지속적인 재방문을 위해 서비스 마케팅 전략이 필요한 시점이다.

이에 본 연구는 반영구화장의 수요가 증가함에 따라 반영구화장의 경험이 있는 소비자를 대상으로 재방문과 추천의도에 영향을 미치는 서비스품질 요인에 대한 상호관련성과 영향관계를 실증적으로 분석하여 보건복지부 정책관련자의 법률 입안, 뷰티학과의 학문적 기여 그리고 뷰티샵을 운영하는 실무자들에게 마케팅 전략을 도출하고 실행하는데 도움을 주고자 한다.

제 2 절 연구문제

본 연구는 반영구화장의 서비스품질요인이 재방문, 추천의도 등에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 분석하고자 한다. 이러한 목적을 위해 아래와 같이 연구문제를 설정하였다.

〈연구문제1〉 반영구화장 뷰티샵 서비스품질요인은 재방문에 영향을 미치는가?

〈연구문제2〉 반영구화장 뷰티샵 서비스품질요인은 추천의도에 영향을 미치는가?

〈연구문제3〉 반영구화장 뷰티샵 재방문, 추천의도에 영향을 미치는 서비스품질 요인별 영향력은 어떠한가?

제 3 절 주요용어의 정의

1) 반영구화장의 서비스품질

본 연구에서는 반영구화장의 서비스품질을 전문성, 고객 응대, 물리적 환경 등 여러 가지 요인들을 <표 1-1>과 같이 서비스품질이라고 정의한다.

<표 1-1> 서비스품질의 하위변수 조작적 정의

서비스품질 요인	전문성	지식이나 훈련을 통해 어떤 분야에서 일반적인 사람들보다 우수한 것으로서 시술에 대한 전문 지식을 바탕으로 한 사전설명, 상담, 테크닉, 적절한 장비 사용 등
	고객 응대	반영구 시술자가 고객의 니즈를 파악하고 의사 존중을 해주는 것으로 인해 발생하는 신뢰감을 기반으로 느껴지는 친절함 및 불만족에 대한 대처 등
	물리적 환경	소비자의 감성적인 면에 영향을 주는 계획적이고 인공적인 분위기, 위생상태, 공간, 도구, 인테리어, 편의 시설 등

2) 재방문

본 연구에서의 재방문 의도란, 서비스를 받은 고객의 만족과 재방문과의 관계를 긍정적인 것으로 보며 고객 충성도에도 밀접한 영향이 있는 것으로 판단된다. 고객만족과 충성도가 증가되면 잠재이익을 높여주고, 수익을 보장

할 수 있다. 고객이 서비스를 공급자로부터 제공받을 때, 유사한 서비스를 지속적이고 반복적으로 이용할 수 있으며, 실질적인 행동으로 연결될 수 있는 행위 전 의도로 정의한다.

3) 추천의도

본 연구에서는 추천의도란 개인의 직접적인 경험이나 간접적인 경험을 통해 알고 있는 정보에 대한 긍정적 또는 부정적인 생각들을 소비자들 간에 공유하는 커뮤니케이션 활동이다. 소비자들은 일반적으로 상업적인 정보 원천보다는 친인척이나 친구들 간에 공유된 정보를 더 신뢰하며 믿을만한 존재로 간주하여 정보를 공유한다. 개인적인 영향력은 보다 강력하고, 구전효과는 고객만족과 고객 불만족의 결과변수로 적용하여 연구되고 있다.

제 4 절 연구의 구성

본 연구의 구성은 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구의 배경, 필요성 및 목적, 연구의 방법과 구성 등을 서술하였다.

제2장 이론적 배경에서는 반영구화장의 개념 및 특징, 반영구화장의 현황 등을 서술하고, 서비스품질 경험에 따른 재방문 및 추천의도와의 영향연구 등과 관련된 선행연구의 내용들을 검토하였다.

제3장 연구방법에서는 연구의 설계, 모형, 연구대상 자료 수집, 조작적 정의 및 설문지 구성 자료 분석방법에 대하여 서술하였다.

제4장 연구결과에서는 각 연구의 가설에 따른 통계분석을 통한 결과의 내용을 제시하고 결과를 종합하였다.

제5장 결론에서는 연구내용을 종합하여 요약정리하고 시사점, 한계점과 향후 연구방향으로 마무리하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 반영구화장

1) 반영구화장의 개념 및 특징

‘반영구화장(Semi-Permanent Make-up)’은 화장(化粧)을 뜻하는 ‘Make-up’에, ‘반(半)’을 뜻하는 ‘Semi’, ‘지속적인, 오래가는, 고정된’ 등의 사전적 의미의 ‘Permanent’가 합쳐져 완전히 영구적이지는 않으나 일정 기간 오래가는 화장, 지속적인 화장이란 뜻으로 해석되며(이진명, 2005), 반영구 메이크업의 명칭은 한국에서는 반영구화장, 미국은 세미 퍼머넌트 메이크업(Semi permanent make-up), 일본은 아트 메이크업(Art make-up)이라고 한다(한지수, 한영실, 2018).

문신은 기원전 8000년부터 프랑스, 포르투갈, 루마니아 같은 지역의 동굴에서 돌과 뼈로 바늘을 만들어서 쪼던 것을 시작으로 알 수 있고, 피부에 상처를 내고 일정한 물질을 피부에 넣는 것이 관습이며 문신의 목적에 대해서는 학자들 간의 의견이 여러 가지로 나뉘지는데 크게 계급과 신분의 차이로 나뉜다(우정희, 2015). 우리나라에서는 삼한 시대 때부터 용이나 물짐승으로부터 해침을 받지 않기 위해서 문신을 했고, 고려시대에는 절도 전과자의 형벌 수단으로 널리 쓰였고, 도망쳤다 잡혀 온 노비의 팔뚝이나 얼굴에 문신을 해서 도망치지 못하게 했다(장사라, 2003).

1940년~1950년 전후에는 의형제를 맺기 위해 서로의 팔뚝에 먹물로 문신을 했으며, 1960년대 중반 월남전 때 월남 파병군인들 사이에 팔과 몸에 청룡 부대는 용의 그림, 맹호부대는 호랑이 문신, 십자성 부대는 야자수 나무의 문신을 했고, 1970년대에 들어와서 여자들은 화장하는 것이 번거로운 이유로 눈썹이나 아이라인 등에 문신을 하여 번거로움을 없애기 시작하여 현재도 성행하고 있다(송유이, 2019).

1980년대에 이르러서는 미용사, 간호사, 피부미용사 등이 반영구화장에 관심을 갖기 시작하게 되어, 그때부터 급속하게 반영구화장은 발전을 거듭해오고 있다(진은주, 2015).

반영구화장은 피부 과학에 입각하여 발전되었다. 피부의 단층을 살펴보면 메이크업이 진행되는 표피층, 진피층, 피하조직으로 구분할 수 있으며(김회경, 2007), 표피층인 각질층, 투명층, 과립층, 유극층, 기저층 중에서도 최 하단부인 기저층에서 메이크업이 이루어지기 때문에 표피층의 피부세포가 신진대사를 거듭하면서 세포의 탈각화로 2~3년에 걸쳐 점차 자연스럽게 색이 빠진다는 점에서 진피층에 시술하는 문신과 전혀 다른 개념의 미용기술이다(김도연, 2012).

반영구화장은 평생 지워지지 않는 ‘문신’이 아닌 일정시간이 지나면 사라지는 화장으로, 표피와 진피의 경계면인 0.08mm~0.15mm의 피부층에 색을 입히는 화장술이다. 천연색소를 주입하여 시간이 흐르면 색이 자연스럽게 탈락되며 1~2년간 피부에 유지된 후 수정과 보완이 쉽고 다시 새로운 디자인을 시술할 수 있다(한지수, 한영실, 2018). 성형 못지않은 메이크업 효과가 있고, 민낯일 때 뚜렷하고 선명한 인상과 자신감을 높여주고 이목구비를 뚜렷하게 연출해 주는 반영구화장이 최근 많은 여성들뿐 아니라 남성들의 수요도 증가하고 있는 추세이다(홍수임, 2019).

2) 반영구화장의 편리성

눈썹의 솔이 적거나 항암치료로 눈썹이 빠진 경우 콤플렉스를 보완하고 자신감을 얻게 해준다. 직업군에 따라 메이크업을 하지 못하는 경우 유용하게 활용할 수 있고, 바쁜 직장 여성들은 아침마다 화장하는 시간을 절약할 수 있는 장점이 있다. 운동을 할 경우에도 땀이나 물에 지워지지 않아 선명하고 건강해 보이는 얼굴표현이 가능한 장점이 있다. 그리고 손이 떨리거나 노화로 인한 시력저하로 화장을 하기 어려운 경우 전문가의 메이크업을 유지할 수 있다. 반영구화장이 필요한 부위별 특징은 <표 2-1>과 같다.

〈표 2-1〉 반영구화장이 필요한 부위별 특징

눈썹	<ul style="list-style-type: none"> • 눈썹 솜이 적은 사람 • 양쪽 눈썹 털의 좌우대칭이 안 맞는 사람 • 눈썹 털이 반 정도만 있는 사람 • 눈썹 털이 탈색된 사람 • 눈썹의 형태를 못 그리는 사람
아이라인	<ul style="list-style-type: none"> • 눈매의 형태가 또렷하지 않은 사람 • 속눈썹이 가늘고 짧은 사람 • 잘못된 쌍꺼풀 수술로 인해 점막 부위가 들떠있는 사람 • 눈매의 이미지를 선명하고 섹시하게 보이길 원하는 사람
입술	<ul style="list-style-type: none"> • 입술의 모양, 크기, 윤곽의 변화를 원하는 사람 • 입술 색이 없는 사람 • 입술이 얇은 사람 • 선천적으로 입술이 비뚤어져 있거나 좌우대칭이 맞지 않는 사람
헤어라인	<ul style="list-style-type: none"> • 탈모로 머리카락이 빠진 사람 • 헤어라인이 삐뚤거나 불균형한 상태의 사람 • M자 형태의 탈모로 헤어라인이 넓어진 사람 • 머리숱이 많아 보이고 싶은 사람

3) 반영구화장의 시술 방법

반영구화장 종류와 표현기법은 다양한 테크닉 개발로 인해 엠보, 수지, 자연 눈썹, 화장 눈썹, 3D, 4D 등 그 명칭과 기법이 혼용되어 쓰이고 있으며, 기기 사용 유무 및 종류에 따라 머신기법과 수지기법으로 분류한다.(홍수남, 2017). 고객의 부위별 선호도는 눈썹, 아이라인, 입술, 헤어라인 등으로 다양한 시술 방법이 사용되고 있다. 반영구화장은 다양한 기술과 도구를 사용하여 시술되기도 하고, [그림 2-1]과 같은 반영구 머신 도구 등의 기계를 이용한 방법이 있다(김혜옥, 2017).

아날로그머신(C사)	디지털머신(B사)
	

[그림 2-1] 반영구 머신 (김혜옥, 2107)

4) 반영구화장의 눈썹표현기법에 따른 특징

반영구화장의 눈썹 표현기법으로는 면 기법인 화장 눈썹은 기기를 이용하여 디자인선 안에 면을 채우는 표현기법이다. 장점은 시술 시간의 단축되고 그라데이션이 용이하며 터치에 따라 채도를 조절할 수 있다. 점 기법인 수지 눈썹은 부드럽게 표현이 되며, 탈각이 거의 없어 리터치가 필요 없을 정도로 완성도가 좋은 기법이고 현재 가장 선호하는 시술 기법 중의 하나이다. 선 기법인 엠보 눈썹은 시술 시간이 짧고 남성 눈썹에 적합하며, 실제 눈썹에 가깝게 표현이 되어 자연스럽게 연출된다. 3D기법인 콤보 눈썹은 눈썹의 술이 적거나 앞의 눈썹은 술이 많으나 뒤쪽에 눈썹의 술이 없을 경우 완성도를 높여줄 수 있는 기법이다. 도구에 따라 다양한 테크닉으로 시술을 할 수 있고 시술자의 경험으로 각각의 장점 및 단점들이 생길 수 있다. 반영구화장의 표현기법에 따른 특징은 <표 2-2>와 같다.

〈표 2-2〉 반영구화장의 표현기법에 따른 특징

구분	머신기법	수지기법		콤보기법
		수지눈썹기법 (점 기법)	자연눈썹기법 (선 기법)	
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 면을 채우는 기법(기기이용)시간 단축 • 눈썹, 아이라인, 미인점, 입술 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 기기소리에 민감한 고객에게 적용 • 그라데이션 용이 • 부드럽게 표현(안개, 파우더 질감) • 탈각·색퍼짐이 거의 없음 	<ul style="list-style-type: none"> • 남자 눈썹에 적합 • 실제 눈썹에 가까운 자연스러운 표현기법 • 통증이 거의 없음 • 시술시간이 짧음 	<ul style="list-style-type: none"> • 두 가지 이상의 기법을 사용 • 가장 실제에 가까운 눈썹을 표현할 수 있음
단점	<ul style="list-style-type: none"> • 부자연스러움 • 남성 눈썹에 적용하기 어렵다 	<ul style="list-style-type: none"> • 시술자의 숙련도가 결과에 미치는 영향이 큼 • 시간이 오래 걸림 	<ul style="list-style-type: none"> • 일정한 압력이 아니면 얼룩이 짐 • 눈썹 곁이 끊어지거나 색소가 비교적 빨리 사라짐 • 빗살무늬가 두드러져 보일 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 시술자의 관찰과 견해에 따라 결과물이 달라짐

5) 반영구화장 시술 시 주의사항

반영구화장은 일반적으로 진피층에 시술하는 문신과는 달리 피부의 미세 표피층에 색소를 주입하는 방식으로, 색소의 종류와 주입 깊이가 다른 시술법이며, 위생관리가 부족하면 부작용과 감염의 우려가 높기 때문에 특히 주의가 필요하다(한선미, 2015).

반영구화장 시술시 주의를 기울여야 하는 피시술자는 켈로이드 체질, 알코올 또는 약물 중독자, 심한 알레르기성 체질, 고혈압 환자, 당뇨 환자, 임신부, 여드름 치료제인 Roaccutane 복용자, 아스피린 복용자, 항응고제 복용자, 레이저로 문신을 제거한 지 2개월 이내인 사람, 쌍꺼풀, 필러를 받은 지 3개월 이내인 사람은 주의를 기울여야 한다(유채원, 2017).

시술 전 알레르기 반응검사를 하거나 알레르기 반응 시 대처법을 숙지하고 있어야 하고 반드시 시술 전 충분한 상담을 통해 시술 전 주의 사항을 지키며, 시술 후 유의 사항을 설명하고 주의를 기울여야 최적의 결과를 얻을 수 있다(권우영, 2013). 반영구화장 후 시술 결과가 만족스럽지 못할 경우 불만족에서 오는 정신적 피해를 야기할 수 있기 때문에 신중을 기해야 하며, 시술자는 반드시 전문지식을 갖추고 있어야 한다(진은주, 2015) .

6) 반영구화장 산업의 현황

반영구화장은 메이크업과 문신의 양식을 합한 것으로 본격적인 반영구화장의 발전은 1970년대 말 부터인데 미국의 타투리스트 중 한 사람인 사무엘 오릴리(Samuel O' Reilly)에 의해 타투 기계가 발명된 것을 반영구화장의 기원으로 보고, 그로 인한 전기 문신기계의 발명으로 보다 손쉽고 빠르게 문신을 할 수 있게 되었으며, 반영구화장의 본격적인 시작은 세계 곳곳의 많은 문신 아티스트들이 미용문신과 재구성된 염료를 제공하기 시작한 1970년대 말로 볼 수 있다(진은주, 2015).

반영구화장이 국내에 도입된 것은 1979년경부터이며, 중국과 대만을 통해 들어왔고 도입될 당시 체계적인 교육과 관리 시스템이 없어 이 분야에 대한 지식이 무지했고, 잘못된 시술로 부작용이라는 문제점이 발생하게 되었다(우정희, 2015). 당시 한국에는 미용문신을 지울 수 있는 레이저 보급이 전무한 상태였으므로 보사부에서 의료인 이외는 시술하지 못하도록 의료법이라는 것을 만들었다(김희경, 2007). 의료법에 제한은 있었지만 본격적으로 1980년대에 이르러서는 미용사, 간호사, 피부미용사 등이 반영구화장에 관심을 갖기 시작하게 되어, 그때부터 급속하게 반영구화장은 발전을 거듭해오고 있다(진

은주, 2015).

일반인들의 소비수준이 점점 높아지게 되고 이에 따른 레저시간의 증가와 외모에 대한 관심의 증가로 인하여, 바쁜 일상과 레저를 즐기는 사람들에게는 더할 나위 없이 좋은 메이크업의 신개념으로 세미 퍼머넌트 메이크업이 확산되고 있으며 눈썹과 아이라인, 입술 라인과 입술 전체에 반영구적으로 색을 입히는 기술은 여성들이 메이크업 과정에서 오는 번거로움을 줄일 수 있어 인기를 모으며 최근에는 이를 전문으로 하는 매장과 교육 학원까지 생겨나고 있는 실정이다(고혜정, 김용선, 2003).

불과 몇 년 전만 해도 한국에서 반영구화장이나 문신은 의료법 제27조에 따라 의료인이 아니면 그 기술 행위를 할 수 없기 때문에 대부분이 합법적인 기술이 불가했고 1988년부터 2017년까지 다섯 차례에 걸쳐 헌법재판소에 문신합법화를 촉구하는 헌법소원 청구를 했지만, 헌법재판소는 1992년 이래 관련 헌법소원에서 의료법 제27조에 대한 합헌결정이 내려졌다(신영희, 2018). 지난 18, 19대 국회에서 당시 김춘진 의원이 문신사법 제정을 추진하였으나 모두 무산되었고, 2015년 정부는 신직업 추진현황육성계획을 통해 타투리스트 등 17개 직업의 양성화 시도 또한 결국 파기되었다(김신영, 2019).

현재 일반인의 반영구화장 기술은 불법임에도 불구하고 기술 영역 확장뿐만 아니라 시장규모가 급속도로 성장하고 있으며, 국내 반영구화장 기술자의 수의 추정치는 2017년 기준 대략 20~30만 명으로 한 해 동안 이뤄진 반영구화장의 기술은 대략 600만 건에 달하며 경제 규모는 약 1조 8000억 원에 육박할 만큼 음성적인 미용 효자산업으로 자리 잡고 있다(정유진, 2019).

김혜옥의 연구에서는 반영구화장에 대하여 대부분 호의적이었으며, 기술 만족도에서 기술자의 전문성이 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고 소비자의 76.7%가 의료인이 아닌 반영구화장 전문가를 선호하는 것으로 나타났다(김혜옥, 2017).

최근 인기인 눈썹 문신이 의료인만 할 수 있는 상황에서 ‘문신을 양성화 해 달라’는 요구가 있는 빗발치고 있는 와중에 정부는 업계 의견을 받아들여 눈썹, 아이라인 문신 등 3~5년 정도 지속되는 반영구 문신에 대해선 비 의료인의 기술을 허용키로 하고 반영구 문신은 기술 부위가 작아 안전상의 위험이

낮고, 이를 경험한 사람이 1000만 명에 이를 정도로 대중화되었다는 점 등을 고려하여 약 30만 명에 이르는 반영구 문신 시술자가 혜택을 볼 전망이다(서민준, 2019). 이와 같이 반영구 시장의 긍정적인 방향에 대비하여 체계적인 교육이나, 위생, 안전에 대한 검토가 필요한 실정이다.

7) 반영구화장에 관한 선행연구 검토

반영구화장에 대한 주제로 한 논문들은 2000년대부터 진행되어 왔으며, 중반 이후부터 반영구에 대한 논문들이 많아졌음을 알 수 있고, 서비스향상과 안정화를 위한 선행연구 자료들이 발표되었다.

반영구에 대한 선행연구 관련 논문은 신체이미지 추구, 시술기법 연구와 선호도, 활용방안과 전망, 반영구 합법화, 영구화장과의 비교, 반영구화장의 외국과의 현황 비교분석, 교육실태 및 교재 개발연구, 시술 만족도, 시술실태 연구, 색소 성분 분석, 종사자위생 인식도, 색소 제거 등의 자료로 발표되었다.

2015년 김윤희의 논문인 ‘남성의 반영구화장 시술에 대한 경험 인식 및 만족도 연구’에서는 30대의 미혼 남성의 시술 경험이 많은 것으로 나타났으며, 추구하는 이미지는 ‘세련되어 보이는 이미지’ 선호도가 가장 높게 나왔고, 그밖에 ‘눈썹으로 외모가 달라져 보일 수 있다’, ‘눈썹이 자신의 이미지에 영향을 미친다’라고 하여 남성들은 사회생활에서 외모가 중요하며, 직장생활에서 외모는 경쟁력이 될 수 있다고 인식하고 있음을 본 연구를 통해 확인할 수 있었으며, 반영구화장 인식도를 조사한 결과 65.7%가 1회 이상 반영구화장 시술 경험이 있으며, 반영구화장을 알게 된 경로로는 지인의 추천이 가장 많았다(김윤희, 2016). 시술받고 싶은 부위와 시술받은 부위로는 ‘눈썹’이라고 답하였다. 반영구화장을 받게 된 이유에 대해서는 ‘이미지 변화를 위해서’가 높게 나타났고 반영구화장 시술 장소로는 반영구 전문샵에서 시술받기를 원하였고, 시술 후 만족도에서는 전체적으로 높은 만족도가 나타났으며, 추후 시술 의사와 타인 추천까지 이루어지는 것으로 알 수 있다(김윤희, 2016).

2015년 진은주의 논문인 ‘눈썹 반영구화장 기법에 따른 고객만족도 및 통증 연구’에서는 반영구 눈썹화장 유경험자 중 절반이 과거에 화장눈썹 기법과

엠보 기법을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났고 전반적으로 만족도가 가장 높은 기법은 디지털 엠보 기법과 콤보 기법이었으며, 자연스러움이 높은 기법은 선으로 표현되는 엠보 기법과 디지털 엠보 기법으로 나타났고 통증연구에서는 디지털 엠보 기법이 통증이 제일 낮고 엠보 기법이 가장 아픈 것으로 나타났다(진은주, 2015).

2016년 박건희의 연구인 ‘반영구화장의 시술 및 심리적 만족도가 재시술 및 추천의도에 미치는 영향’에서는 반영구화장의 시술 전과 후의 심리적 만족도에 대해서 알아본 결과, 시술 후 외모와 얼굴에 대한 만족도가 높아졌고, 콤플렉스가 해소되었으며 기분이 새롭고 자신감이 생긴다고 하였고 시술 및 심리적 만족도가 재시술 및 추천의도에 미치는 영향에 대해서 알아본 결과 시술 환경 요인이 가장 높게 나타났으며 도구, 시술자, 장소의 위생, 색소의 안전성, 시술자의 전문성과 신뢰성이 높을수록 시술 만족도가 높아 반영구화장에 대한 긍정적인 인식이 형성될 것이라는 결과를 도출하였다(박건희, 2016).

2016년 홍수임의 논문인 ‘세미퍼머트 메이크업 시술만족도가 이미지 효과에 미치는 영향’에서 세미퍼머트 메이크업의 이미지 효과는 시술 만족도의 시술 환경, 테크닉, 시술 조건 순으로 높은 정(+의 상관)이 있었으며, 세부적으로 이미지 효과의 이미지 개선, 이미지 향상 모두 시술 만족도와는 유의미한 정의 상관이 있는 것으로 나타났으며 이러한 결과로 볼 때 세미퍼머트 메이크업은 얼굴의 전체적인 변화에 만족도를 높일 수 있는 미용 산업의 고소득을 창출할 수 있는 분야라고 판단된다(홍수임, 2016).

2017년 김남희의 연구인 ‘반영구화장의 선호도와 인식도 연구’에서 우리나라의 반영구화장 시술 장소는 법적으로 병원 이외의 장소는 불법으로 간주되고 있음에도 불구하고 실제로 반영구화장 이용자들은 병원보다는 반영구화장 전문샵을 상당히 선호하는 것으로 나타났으며 이러한 결과는 피시술자들의 인식이 점차적으로 바뀌고 있음을 보여준다(김남희, 2017).

2017년 김혜옥의 논문인 ‘반영구화장의 인지, 실태 및 만족도에 따른 의미와 전망에 대한 연구’에서는 반영구화장의 인지의 경로는 미용실이나 피부관리실을 통해 많이 알게 되었고, 연령이 적거나, 미혼일수록 친구나 지인들을 통해

알게 되었으며, 시술 장소는 병원보다는 메이크업 전문샵이나 미용실 등이 많았고, 반영구 시술의 이유는 편의성, 이미지 변화, 결점보완 등이다, 반영구 시술 후 만족도가 높을수록 재시술 및 추천을 할 의향에 영향을 미치는 것으로 나타났다(김혜옥, 2017).

2018년 어경현 연구인 ‘눈썹 반영구화장 재시술 만족도 연구’에서는 눈썹 반영구화장 재시술이 소비자들의 눈썹 시술 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 눈썹 반영구화장 재시술을 하기 전과 재시술을 한 이후에 소비자들의 눈썹 시술 만족도에 대해 살펴본 결과 반영구화장 재시술을 하기 이전에는 평균이 2.70이고 재시술을 한 후에는 평균이 4.90으로 반영구화장 재시술을 하기 전보다 재시술한 후에 평균이 2.30 높아졌으며 이런 연구결과를 볼 때 반영구화장 재시술은 소비자들의 눈썹 시술 만족도 향상에 효과적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(어경현, 2018).

2019년 송유이의 연구인 ‘반영구화장 시술 경험자의 인식, 만족도 및 위험지각에 관한 연구’에서는 반영구화장 시술에 대한 위험지각이 낮을수록 반영구화장에 대한 만족도는 높아지는 것으로 나타났고, 반영구화장에 대한 위험지각을 최소화하고, 만족도를 극대화하여 반영구화장 시술 시 위생과 환경관리, 색소의 선택, 시술 기기 및 기구의 소독과 멸균의 중요성을 강조하였다(송유이, 2019). 반영구화장과 관련된 선행연구는 <표 2-3>과 같다.

〈표 2-3〉 반영구화장의 선행연구

	년도	제목
김윤희	2015	(남성의 반영구화장 시술에 대한 경험 인식 및 만족도 연구)
진은주	2015	(눈썹 반영구화장 기법에 따른 고객만족도 및 통증연구)
박건희	2016	(반영구화장의 시술 전과 후의 심리적 만족도)
홍수임	2016	(세미퍼머넌트 메이크업 시술만족도가 이미지 효과에 미치는 영향)
김남희	2017	(반영구화장의 선호도와 인식도 연구)
김혜옥	2017	(반영구화장의 인지, 실태 및 만족도에 따른 의미와 전망에 대한 연구)
어경현	2018	(눈썹반영구화장 재시술 만족도 연구)
송유이	2019	(반영구화장 시술 경험자의 인식, 만족도 및 위험지각에 관한 연구)

제 2 절 서비스품질

1) 서비스품질의 정의

우리나라의 미용서비스업은 1948년 제1차 미용사 자격시험을 실시하면서 체계를 갖추었고, 본격적인 발전은 미용서비스 산업에 대한 법적 근거를 마련한 1961년이라고 할 수 있다(박정희, 2013). 이후 꾸준한 발전으로 미용서비스 산업은 아름다움과 개성을 추구하는 현대인에게 생활의 일부가 되었으며, 끊임없이 반복구매가 이루어지는 매력적인 산업으로 발전하였다(서우정, 2014).

뷰티 산업의 현황을 보면 1990년대 이후부터 매우 빠른 속도로 뷰티산업이 발전해왔으며, 매장 규모가 확대되고, 뷰티산업에 종사하려는 사람들이 증가하고, 미용인들의 학력수준의 향상 등이 변화를 보이고 있지만, 미용업의 특성상 인적 요소에 대부분 의존하고 있기 때문에 운영체계인 경영시스템이나 마케팅 전략이 부족하여 여전히 과거의 주먹구구식 경영에서 벗어나지 못하고 있고 그에 대한 연구 또한 부족한 현실이다(이은아, 2007).

서비스 고유의 특성인 무형성, 이질성, 소멸성, 생산과 소비의 비분리성 등의 특성을 갖는 서비스 품질의 개념은 유형의 재화와 달리 객관적인 품질의 평가가 용이하지 않고 이러한 이유로 서비스 품질은 일반적으로 객관적 품질(기술 품질 - 결과 차원)이 아니라 주관적인 품질(기능적 품질 - 과정 차원) 개념으로서 고객에 의해 지각되어진 서비스품질이라는 의미로 정의된다(김은영, 2011).

2) 전문성

전문성의 의미를 사전적으로 찾아보면 보통사람이 어떤 특정한 범주에서 수행할 수 없는 어떤 한계 이상의 능력으로 수행한다는 것으로 의미를 두고 있으며 학계에서는 장기적으로 일정한 단계를 거쳐 훈련되어 획득되는 것으로 정의를 두고 있고 전문성이라 함은 지식이나 훈련을 통해 얻어지는 결과

물론써 일반적인 사람들보다 우수한 것을 말하며 특정 분야에서의 유명인들은 그 분야에서 최고로 여겨짐으로써 어떤 특정 분야에서 최고가 되어야만 전문가로 인정을 받을 수 있다(정현경, 2017). 전문가라 함은 그분야에서 체계적으로 전문적인 교육을 받고 지식과 경험을 쌓은 사람을 일컬어 왔다.

반영구화장의 전문성을 높이기 위해서는 전문적인 교육과 지식이 필요한데 교육은 크게 이론교육과 실기교육으로 나눌 수 있으며, 이론교육에서는 반영구화장 개론, 피부 및 얼굴 형태에 대한 이해(피부학, 근육학), 색채학, 색 배합 이론과 이해, 기기 사용방법과 이해(도구 사용법), 위생 및 소독학, 기법교육과 반영구화장 테크닉, 전문가로서의 자질에 관련된 교육 등을 중점적으로 하고 있고 실기교육에서는 시술부위 눈썹, 아이라인, 입술, 헤어라인의 기본 테크닉 설명 및 연습 등을 실시하고 있다(김신영, 2019). 반영구화장의 세부적인 교육내용은 <표 2-4>와 같다.

〈표 2-4〉 반영구화장 교육내용

분류	교육내용	교육목표
이론교육	1일차 <ul style="list-style-type: none"> 반영구화장의 개론 방법과 이해 위생 및 소독학 기기 사용 	반영구화장의 역사와 개념 도구의 사용법을 교육
	2일차 <ul style="list-style-type: none"> 얼굴형별 디자인의 이해 피부학 및 근육학 색채학과 색소의 이해 고객 불만족 및 응대 고객 불만족 및 응대 시술 후 주의 사항 	피부구조와 얼굴 형태에 대하여 알아보고 색소 원료 및 컬러에 대한 이해 교육, 반영구화장 시술 시 주의 사항을 이해하고 고객 서비스에 대한 방법 교육
실기교육	3일차 <ul style="list-style-type: none"> 일리스트-종이에 기본선 긋기 연습 고무판-엠보니들을 사용하여 표피의 깊이를 익히는 연습 	엠보니들을 사용하여 곡선 연습과 기본선 긋기를 정확히 이해하는 방법 교육
	4일차 <ul style="list-style-type: none"> 눈썹 디자인과 테크닉 	얼굴형에 따른 디자인을 실습해보고 눈썹의 다양한 기법을 교육
	5일차 <ul style="list-style-type: none"> 눈 형태별 아이라인의 디자인과 테크닉 	또렷하고 선명한 눈매가 도드라져 보이도록 하는 방법 교육
	6일차 <ul style="list-style-type: none"> 입술의 디자인과 테크닉 	입술 상태에 따라 표현하는 방법을 이해하고 생기 있고 자연스럽게 표현하는 방법 교육
	7일차 <ul style="list-style-type: none"> 헤어라인의 디자인과 테크닉 	머리숱이 적은 이마와 헤어라인 부분에 머릿결을 그려주어 자연스럽게 헤어라인을 교정하고 연결시켜 주는 방법 교육

※권선미(2019)의 연구를 토대로 저자 재작성

3) 고객 응대

고객 응대에는 이익보다는 고객을 우선한다는 느낌, 직원의 성실한 고객 응대 태도, 서비스 회복에 대한 책임감, 제품 품질에 대한 신뢰, 적정한 요금 책정, 강요받지 않고 제품과 서비스를 선택할 수 있는 편안함 등의 요인들이 포함될 수 있을 것이고 이러한 내용들은 서비스품질과 불평, 서비스 회복, 서비스 위험 지각 등과 높은 관련이 있어 질 높은 고객 응대로 서비스 품질을 관리하는 것은 고객 불평 행동을 감소시키고 고객 만족을 높이게 되며 고객유지에 크게 기여하게 된다(박선예, 2015).

고객 응대란 상품을 판매하는 자가 고객과의 접촉에서 제공하는 일련의 서비스를 말하지만(류숙, 2014), 본 연구에서 고객 응대란 뷰티샵 시술자가 전문성을 가지고 고객의 니즈를 파악하고, 고객에게 효과적으로 시술에 대한 정보제공을 하고, 의사존중을 해주어 신뢰감을 주는 것이 고객 응대의 기본이라 할 수 있다. 친절함 또한 고객의 불만족과 불안감을 감소시킬 수 있는 방법이다.

반영구화장 시술을 하기에 상담자와 상의를 한 이용자가 94.2%로 대부분을 차지하였으며, 그렇지 않은 이용자는 5.8%로 비교적 적은 것으로 나타났고 반영구화장 시술에 상담이 대체적으로 잘 이루어지고 있음을 알 수 있으며, 이용자들의 반영구화장 시술 상담에 대한 만족도를 보다 높이기 위해서는 부작용과 사후관리에 대한 상담이 보다 활발하게 이루어져야 할 것으로 보인다(한선미, 2015).

4) 물리적 환경

Bitner와 Ward는 “매장의 물리적 환경을 외부의 물리적 환경(external physical environment)과 내부의 물리적 환경(internal physical environment)”으로 세분화하여 연구를 하였으며, 물리적 환경은 자연, 사회 환경과는 달리 인간이 만든 인공 환경이라고 하였다(Bitner와 Ward,

1992).

물리적 환경에 관한 정의를 내려 보면 서비스의 물리적 환경이란 서비스가 일어나는 환경으로서 소비자의 감각적인 면에 영향을 주는 인간이 만들어진 인공적이고 계획적인 환경이라고 의미한다(박선예, 2009). 물리적 환경은 서비스경험에 있어 많은 변수를 수반 할 수 있다. 서비스경험에 있어 고객이 물리적 환경을 이해, 평가하기는 훨씬 용이하다.

물리적 구조는 물리적 이동(physical movement)을 규제하고 사회적 상호 작용(social interaction)을 제한하는 경향이 있는 벽, 복도, 출입구, 가구의 배치, 좌석의 배치 등을 의미하고, 물리적 자극이란 조직구성원의 주의력을 방해하는 전화벨 소리, 시계 소리, 인터폰에서 들리는 소리, 커피 또는 담배의 냄새, 컴퓨터 프린트할 때 나는 소리 등 다양하며(조설비, 2015), 상징 조형물이란 사무실의 디자인, 가구 배치의 형태, 벽면의 색채, 액자로 만들어진 자격증, 벽 또는 책상에 전시된 사진 등을 제시하고 있다(김성수, 2004). 작업의 환경에 있어서 위생규정을 준수하고 시술자 본인의 건강검진을 필수사항으로 하여 고객에게 건강에 영향을 미치지 않도록 하고, 작업의 동선은 편리하도록 배치하고, 세밀한 작업이므로 안정되고 조용한 환경을 제공하여야 한다(서은경, 홍지민, 2018).

물리적 시설은 서비스기업의 경영정책을 반영하고, 고객에게 제공 되어지는 서비스품질을 나타낸다. 정상적으로 유지, 관리되는 유행에 어울리는 최신식 첨단설비로 개 · 보수되는 시설은 고객에게 청결과 안전성을 제공하는데, 전반적으로 시설의 상태는 고객에게 제공되는 서비스의 가치 수준을 암시한다. 물리적 환경에 대한 자세한 내용은 <표 2-5>와 같다.

〈표 2-5〉 물리적 환경

구분	작업환경
작업장	<p>작업실과 대기실이 분리되어 있어야 하며, 채광과 환기 시설이 잘되어 있어야 한다. 작업실 내 음식물 섭취 금하며, 금연을 원칙으로 한다. 샵은 항상 정리정돈이 잘되어 있어야 하며, 청결 상태를 유지한다. 위생상 시술 도구의 세척이 가능한 싱크대 시설, 냉온수 사용이 가능하여야 한다. 시술 후 바로 소독을 하며 멸균 장비를 갖추고, 일회용 베게 커버, 일회용 시트 사용을 권장한다.</p>
재료보관	<p>직사광선을 피해 재료가 변질되지 않게 위생적으로 보관하고, 사용하는 제품들은 항상 같은 자리에 비치하고 자주 위치를 변경하지 않아야 작업하기 편하다. 사용한 물품과 사용하지 않은 물품은 분리하여 보관하며, 제품의 뚜껑은 밀봉하여 잘 보관한다.</p>
대기실	<p>상담과 대기가 용이하게 의자와 테이블이 셋팅이 되어 있어야 하고, 냉온수의 정수시설과 일회용 컵을 비치한다. 고객이 세안을 할 수 있게 세면 시설과, 제품을 비치하고, 시술 후 얼굴과 머리 손질이 가능한 파우더룸을 마련한다.</p>
화장실	<p>화장실은 대기실과 작업실과 같은 층이나 내부에 있어야 하고, 항상 청결을 유지하고 바닥은 건조한 상태를 유지하여 미끄러지지 않게 주의한다. 세면대와 세면시설, 휴지 등을 여유 있게 준비한다.</p>

제 3 절 재방문 및 추천의도

1) 재방문

서비스 활동에 있어서 재방문의 의도는 고객들이 서비스를 받은 후에 발생할 수 있는 후속 활동으로 반복해서 이용하는 확률이라고 정의하며, 이는 실제적인 재구매 행동 및 고객유지와 밀접한 관련이 있고 제한된 시장 내에서 경쟁적 입장에 처한 경우 새로운 고객 확보를 위해 찾아 나서기 보다는 기존의 고객을 계속 재방문하도록 동기를 부여함이 질적 측면에서 중요하다(우승희, 2016). 일반적으로 고객들은 시술을 받은 후에 만족이나 불만족을 느끼게 되고 이 상황에 따라 추후 계속 시술을 받을 건지 아니면 다른 샵으로 옮길 것인가를 시술 후 행동으로 보이게 된다. 소비자는 상품을 비교, 평가한 후 자신이 가장 선호하는 상품을 구매한다. 즉, 소비자는 상품을 구매, 사용한 후 형성되고 지각된 상품성과 구매 전 기대를 비교, 평가하여 구매한 상품에 대한 만족 또는 불만족을 형성한다(정연주, 2017)

재이용 같은 구매 후 행동은 구입한 제품이나 서비스에 한 고객의 최종적인 평가를 반영할 뿐 아니라 미래의 구매 행동에도 영향을 미친다는 점에서 중요한 정보가 되고 있고 서비스에 대한 고객의 평가가 좋으면 고객의 재구매 의도는 커질 것이고, 평가가 나쁘면 작아질 것이다(김은영, 2011). 재구매 의도에 관한 연구에서 가장 많은 영향을 미치는 요인은 고객의 만족과 불만족이다(김선옥, 2004). 이러한 요인은 고객이 지각한 서비스품질에 의해 영향을 받으며 재구매와 직접적인 인과관계가 있다는 것을 의미한다(문미형, 2007).

재구매 의도는 소비자가 과거의 경험을 바탕으로 미래에도 같은 제품이나 서비스 구매를 반복하여 방문하고자 하는 의도라고 할 수 있다(장전전, 2018). 또한, 고객이 제품이나 서비스에 만족했을 때 동일한 제품이나 서비스를 재구매하는 행동을 말한다(손경파, 2015).

김진영(2003)은 재방문을 기업의 서비스 및 상점 이용고객이 기업의 서비스 및 상점을 이용할 경우 현재 이용 중인 기업의 서비스 상점을 미래에 다시 이용하기 위하여 재방문할 의사의 정도를 나타내는 개념으로 정의하였으며,

박진우(2002)는 고객의 재방문 행위는 결과적으로 기업의 입장에서 지속적인 성과를 얻어내는 것으로 이익의 확보 측면에서 중요히 여겨야 할 부분이며, 고객의 재방문행위는 고정 고객 화 하고 이를 다시 충성 고객 화 시킬 수 있는 기반이 된다고 하였다(정화, 2018).

Geva and Goldmad는 재방문 의도는 서비스 접점 중 그리고 후에 발생하며, 재방문 의사가 이용 행동의 예측변수일 뿐임을 간과해서는 안되며, 재방문 의도는 과거의 경험에서 얻은 교훈을 반영하기 때문에 상황에 따라서는 서로 관련성을 가지지 않을 수 있다고 주장 하였다(Geva and Goldmad, 1990).

재방문 의도란 기업의 서비스 및 상품의 이용고객이 특정 기업의 서비스 및 상품을 이용할 경우 현재 이용 중인 기업의 서비스 및 상품을 미래에 다시 이용하기 하여 구매하고자 하는 의사를 의미하는데, 재방문 의도는 포괄적으로는 구매 의사에 포함될 수 있으나 개념으로는 차이가 있고 재방문 의사는 서비스 접점에서 그리고 접점 후 내지는 경험 이후에 발생한다는 점이며, 재구매 의사는 이용 행동의 예측변수일 뿐임을 간과해서는 안 된다(김경욱, 2004). Bitner(1994)의 연구에 의하면 소비자에게는 지각된 가격이 지각된 서비스품질과 직접적인 관련이 있으며, 또한 서비스 관점에서는 고객과 서비스 제공자 간의 인적 관계에 의해서 재 구매 의도가 발생한다고 하였다(김철희, 2016)

2) 추천의도

일반적으로 고객은 가족, 친지, 동료, 이웃 등으로부터 기업에서 제공하는 상품과 서비스를 이용하고 평가하게 되는데 평가 후의 행동으로 추천 의도는 소비자 행동연구에서 구전현상으로 연구되어지고 있으며 고객 행동의 결과변수로 활용되고 있다(손경파, 2015). 추천 의도는 고객이 상품이나 서비스를 소비한 후의 감정적 평가로 타인에게 좋았던 것을 권유하는 심리적 행동이자 구전현상을 의미하는 것으로 경험에 대한 총체적인 평가인 만족과는 달리 특정 상품을 이용한 후의 경험을 통해 얻어진 긍정적·부정적 내용이 내포되어

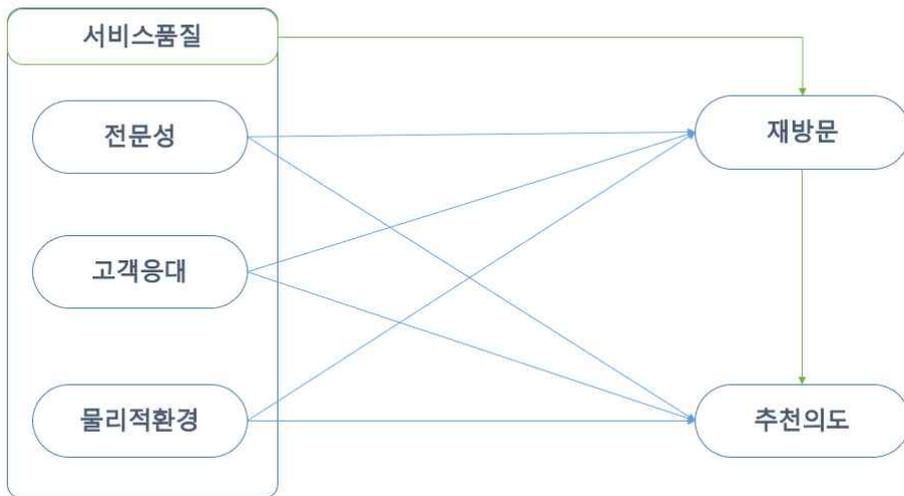
있는 정보를 교환하는 커뮤니케이션 행위라고 할 수 있다(이은영, 2016)

뷰티서비스는 정형화된 상품을 판매하는 것이 아니라 고객의 요구를 충족시키는 다양한 형태로 나타나며, 뷰티서비스 품질은 물리적, 인적 환경 이외에도 고객 개인의 판단과 기대치에 따라 결정되는 부분이 크게 작용함에 따라 자신이 속한 집단의 구전 경험정보를 획득하려는 성향이 강하고 뷰티서비스 고객이 구매결정을 함에 있어 구전은 긍정적 혹은 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로 고객을 관리하기 위한 효율적인 마케팅 수단이라고 할 수 있다(한미선, 2019).

제 3 장 연구방법 및 분석절차

제 1 절 연구모형

본 연구에서는 선행연구의 이론적 고찰을 토대로 서비스품질의 하위변수인 전문성, 고객응대, 물리적 환경이 재방문 및 추천의도에 미치는 영향을 분석하고, 또한 서비스품질이 추천의도에 미치는 영향관계에 있어 재방문의 매개효과를 분석하기 위해 연구모형을 개발하여 자료수집 및 분석을 통해 검증하고자 한다. 연구모형은 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구모형

제 2 절 연구가설

위에 연구모형을 중심으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

1) 서비스품질과 추천의도에 대한 가설

서비스품질과 추천의도에 대한 가설은 다음과 같다.

H1 : 전문성은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 고객응대는 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3 : 물리적 환경은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 서비스품질과 재방문에 대한 가설

서비스품질과 재방문에 대한 가설은 다음과 같다.

H4 : 전문성은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5 : 전문성은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6 : 물리적 환경은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 재방문과 추천의도에 대한 가설

재방문과 추천의도에 대한 가설은 다음과 같다.

H7 : 재방문은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4) 재방문의 매개효과에 대한 가설

재방문의 매개효과에 대한 가설은 다음과 같다.

H8 : 전문성과 추천의도의 영향관계에서 재방문이 매개할 것이다.

H9 : 고객응대와 추천의도의 영향관계에서 재방문이 매개할 것이다.

H10 : 물리적 환경과 추천의도의 영향관계에서 재방문이 매개할 것이다.

제 3 절 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의란 연구자의 연구모형과 연구가설에 사용되는 잠재변수(일반적, 추상적 개념)를 측정할 수 있는 변수로 구성되는 것으로 주요 변수들에 대하여 실제 현상을 측정하기 위한 추상적 개념으로 연구목적 달성을 보다 현실세계의 구체적 현상과 연결시키는 과정을 의미 한다(이훈영, 2013).

그러므로 본 연구에서는 재방문 및 추천의도를 높이기 위한 서비스품질의 중요성을 파악하고 검증하기 위한 서비스품질의 하위변수인 전문성, 고객응대, 물리적 환경에 대하여 조작적 정의를 실시하였고, 재방문과 추천의도에 대한 조작적 정의를 실시하였으며, 각각의 설문문항은 기존의 선행연구에서 사용되었던 문항들을 활용하여 본 연구에 맞게 수정하였다(신채상, 2019).

1) 서비스품질

연구자들의 연구목적에 대한 관점에 따라 서비스품질에 대한 정의는 다소 다르게 나타나고 있으며, 전문성 6문항, 고객응대 5문항, 물리적 환경 5문항으로 구분한 것을 토대로 총 16문항을 Likert 5점 척도로 구성 및 측정을 하였다. 선행연구를 기반으로 서비스품질에 대한 조작적 정의는 다음 <표 3-1>과 같다.

〈표 3-1〉 서비스품질의 조작적 정의

변수명	변수의 조작적 정의	주요 선행연구
전문성	지식이나 훈련을 통해 어떤 분야에서 일반적인 사람들 보다 우수한 것으로서 시술에 대한 전문지식을 바탕으로 한 사전설명, 상담, 테크닉, 적절한 장비 사용 등	김진영(2003) 김선옥(2003)
고객응대	반영구 시술자가 서비스제공 과정에서 고객의 니즈를 파악하고 의사존중을 해주어 발생하는 신뢰감을 기반으로 느껴지는 친절함 및 불만족에 대한 대처 등	김성수(2004) 김경옥(2004) 박선예(2015) 한선미(2015)
물리적 환경	서비스가 일어나는 환경으로서 소비자의 감각적인 면에 영향을 주는 인공적이고 계획적인 분위기, 위생 상태, 공간, 도구, 인테리어, 편의 시설 등	손경파(2015)

2) 재방문

재방문에 대한 조작적 정의는 〈표 3-2〉와 같다.

〈표 3-2〉 재방문의 조작적 정의

변수명	변수의 조작적 정의	주요 선행연구
재방문	제공받은 서비스에 대해 느껴진 만족이나 불만족에 따라 반복적으로 이용할 가능성으로서, 반영구 시술 및 시술자 테크닉, 시술가격에 대한 만족 정도 및 재방문 의도	문미형(2007) 이진영(2012) 손경파(2015)

3) 추천 의도

추천 의도에 대한 조작적 정의는 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 추천의도의 조작적 정의

변수명	변수의 조작적 정의	주요 선행연구
추천 의도	상품이나 서비스를 소비한 이후의 감정적 평가로 타인에게 권유하는 심리적 행동이자 구전현상으로서, 반영구 시술에 대해 타인에게 권유하거나 추천 혹은 호의적으로 전달하는 행동 등	정민의·장양례 (2000) 유채원(2017)

제 4 절 설문지 구성

본 연구에 사용된 설문지는 <표 3-4>와 같이 연구목적에 부합할 수 있게 질문의 범위를 선행연구를 바탕으로 도출한 전문성, 고객응대, 물리적 환경과 일반적 특성을 포함하여 총 4개의 그룹으로 구분하였다. 설문 문항은 선행연구에서 검토되어진 타당도와 신뢰도 확보를 검정한 사항을 추출하여 본 연구 목적에 맞게 일부를 수정 또는 보완하여 활용하였다(신채상, 2019).

첫째로 서비스품질 요인 중 전문성 6문항, 고객 응대 5문항, 물리적 환경 5문항으로 구성하였고, 둘째로 재방문에 관한 질문으로 6문항, 추천의도에 관한 질문으로 5문항으로 구성하였다. 마지막으로 일반적 특성에 관한 질문으로는 성별, 연령, 교육수준, 월평균 수입, 월평균 외모관리 비용, 거주지역 등 7 문항으로 구성하였다. 설문지 평가는 Likert 평가척도로 “전혀 그렇지 않다”, “그렇지 않다”, “보통이다”, “그렇다”, “매우 그렇다”로 구성된 5점 척도를 이용하였다.

<표 3-4> 설문지 구성

구분	하위변수	문항수
서비스품질	전문성	6
	고객응대	5
	물리적환경	5
재방문	-	6
추천의도	-	5
일반적 특성	성별, 연령, 교육수준, 월평균 수입, 월평균 외모관리 비용, 거주지역 등	7
합계		34

제 5 절 자료수집 및 분석방법

1) 자료수집

본 연구는 서비스품질요인이 추천의도에 미치는 영향을 연구하고, 재방문의 매개효과를 분석하여 서비스품질요인과의 영향연구를 파악하는데 목적이 있다. 이에 연구목적을 달성하기 위하여 서울·경기 등 수도권에 거주하는 20세 미만~60세 이상 성인남녀를 연구대상으로 하였다.

2) 자료 수집기간 및 수집방법

본 설문조사는 2019년 11월 1일부터 ~11월 25일까지 약 한 달 동안에 걸쳐 실시되었다. 설문 대상은 서울·경기 등 수도권에 거주하는 20세 미만~60세 이상 성인남녀를 연구대상으로 하여 설문지를 통한 오프라인 조사방법과 구글 설문지를 통한 온라인 조사방법을 병행하여 실시하였으며, 회수된 설문지는 총 396부이나 설문지 중 응답내용이 불성실한 설문지 26부를 제외한 후 370부를 연구의 분석에 사용하였다.

3) 자료 분석방법

본 연구에서는 통계소프트웨어 SPSS 22.0 버전을 사용하여 수집되어진 자료의 분석을 실시하였고, 사용한 분석방법으로는 조사대상자의 일반적 특성 및 응답수준을 파악하기 위해서 빈도 및 기술통계 분석을 실시하였고, 본 연구에 사용된 설문문항에 대한 측정의 타당도 중에서 구성개념의 타당도에 대한 집중타당도와 판별타당도를 파악하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고, 리커트 척도로 작성한 설문문항의 신뢰성 확보를 위해 신뢰성 분석을 실시하여 Cronbach's alpha 계수를 파악하였다(신채상, 2019) 그리고 Pearson 상관관계 분석을 통해 변수간의 상관관계를 파악하였고, 다중회귀분석을 통해 설정한 가설을 검정하였으며, 재방문의 매개효과를 검정하기 위하여 매개회귀분석을 실시하였다(박은애, 2019).

제 4 장 연구결과

제 1 절 표본의 일반적 특성

반영구화장 경험자와 관련하여 설문에 참여한 응답자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-1>과 같다.

성별에 대한 분석으로는 응답자 370명 중 여성이 317명으로 85.7%, 남성이 53명으로 14.3%로 나타났다. 일반적으로 여성이 남성에 비해 반영구화장을 많이 하는 것과 유사한 결과가 나타났다. 연령별 특성을 보면 40대가 138명으로 37.3%, 30대가 129명으로 34.9%로 표본의 대부분의 비중을 차지하였다. 30대, 40대 여성이 경험이 많은 것을 알 수 있다. 다음으로 학력에 대한 분포를 보면 대학교 졸업이 140명으로 37.8%, 대학원 이상이 102명으로 27.6%, 다음으로 전문대 졸업이 46명으로 22.2%를 차지하여 교육수준이 높은 것으로 보였다. 연구대상의 직업으로는 전문직이 123명으로 33.2%, 다음으로 자영업이 99명으로 26.8%, 회사원이 61명으로 16.5%의 분포를 보이고 있다. 반영구화장 경험자의 월평균 수입은 200만 원대가 107명으로 28.9%, 500만 원 이상이 91명으로 24.6%, 200만 원 이하 76명으로 20.5%로 고소득 수입의 전문직과 자영업자가 반영구화장을 경험한 것을 알 수 있다. 월평균 외모관리 비용은 30만원 이하가 206명으로 55.7%로 매우 높게 나타났고, 30만원 이상에서 50만원 미만이 101명으로 27.3%를 보면 외모관리에 대한 비용은 크지 않은 것을 알 수 있다. 마지막으로 경험자의 지역분포를 보면 서울이 207명으로 55.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도가 140명으로 37.8%, 인천이 19명으로 5.1%로 나타났다. 반영구화장 경험자의 일반적인 특성에 대한 분포를 요약하면 연령별 특성으로는 30대, 40대가 경험이 많은 것을 알 수 있다. 교육수준이 높은 전문직과 자영업에 종사하는 경험자가 많은 것을 알 수 있다. 소득수준은 저소득과 고소득이 양분되어 있고 외모관리 비용은 낮은 것을 알 수 있다.

[

〈표 4-1〉 일반적 특성에 대한 빈도분석

	구분	빈도	퍼센트
성별	남성	53	14.3
	여성	317	85.7
	총계	370	100.0
연령	20세 미만	3	.8
	20세 이상~30세 미만	61	16.5
	30세 이상~40세 미만	129	34.9
	40세 이상~50세 미만	138	37.3
	50세 이상~60세 미만	39	10.5
	총계	370	100.0
교육수준	고졸이하	46	12.4
	전문대(졸)	82	22.2
	대학교(졸)	140	37.8
	대학원 이상	102	27.6
	총계	370	100.0
직업	학생	30	8.1
	회사원	61	16.5
	전문직	123	33.2
	자영업	99	26.8
	주부	40	10.8
	기타	17	4.6
	총계	370	100.0
월평균수입	200만원 이하	76	20.5
	200만원 이상~300만원 이하	107	28.9

	300만원 이상~ 400만원 이하	60	16.2
	400만원 이상~500만원 이하	36	9.7
	500만원 이상	91	24.6
	총계	370	100.0
외모관리비용	30만원 이하	206	55.7
	30만원 이상~50만원 이하	101	27.3
	50만원 이상~70만원 이하	45	12.2
	70만원 이상~100만원 이하	9	2.4
	100만원 이상	9	2.4
	총계	370	100.0
거주지역	서울	207	55.9
	경기도	140	37.8
	인천	19	5.1
	기타	4	1.1
	총계	370	100.0

제 2 절 표본의 기술통계 분석

본 연구에서는 반영구화장 경험이 있는 370명을 대상으로 설문 문항별 측정 데이터에 대한 정규성(Normality)을 분석하기 위하여 기술통계분석을 실시하였으며 결과는 다음 <표 4-2>와 같다. 기술 통계분석 결과에 대한 제시 기준에 따르면 표준편차 3이하, 왜도 절댓값 3이하, 첨도 절댓값 3 이하로 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인 되었다(신건권, 2013).

<표 4-2> 측정항목의 기술통계분석

측정항목	N	최소값	최대값	평균	표준 편차	왜도	첨도
				통계	통계	통계	통계
물리적환경1	370	1	5	3.85	.864	-.640	.168
물리적환경2	370	2	5	3.77	.779	-.537	.112
물리적환경3	370	1	5	4.28	.711	-.830	.938
물리적환경4	370	2	5	4.19	.692	-.516	.086
물리적환경5	370	1	5	3.76	.937	-.490	-.063
고객응대1	370	1	5	3.59	.883	-.348	.054
고객응대2	370	1	5	3.63	.878	-.404	.040
고객응대3	370	1	5	3.81	.780	-.206	-.218
고객응대4	370	2	5	3.91	.691	-.278	.056
고객응대5	370	2	5	4.17	.777	-.833	.545
전문성1	370	2	5	3.67	.743	.019	-.401
전문성2	370	2	5	3.54	.729	.112	-.301
전문성3	370	1	5	3.08	.974	-.011	-.583
전문성4	370	1	5	3.14	.869	.122	-.261
전문성5	370	1	5	2.84	.909	-.207	-.148

전문성6	370	1	5	2.93	.965	-.265	-.428
재방문1	370	2	5	3.73	.768	-.069	-.444
재방문2	370	2	5	3.84	.770	-.475	.087
재방문3	370	2	5	3.87	.738	-.160	-.394
재방문4	370	2	5	4.12	.726	-.536	.108
재방문5	370	2	5	4.05	.738	-.248	-.661
재방문6	370	2	5	4.06	.736	-.213	-.768
추천의도1	370	1	5	3.60	.828	-.140	-.223
추천의도2	370	2	5	3.94	.761	-.386	-.131
추천의도3	370	1	5	3.64	.799	-.176	-.231
추천의도4	370	2	5	3.97	.713	-.186	-.423
추천의도5	370	1	5	3.98	.754	-.422	.346
유효한 N(목록별)	370

제 3 절 타당도 및 신뢰도 분석

1) 타당도 분석

일반적으로 측정도구, 즉 설문문항이 올바른가에 대한 기준으로 타당도 분석과 신뢰도 분석이 각각 활용된다. 타당도 분석이란 측정도구가 측정하고자 하는 것을 얼마나 잘 측정하는가를 검증하는 것으로 일반적으로 요인분석을 활용하여 같은 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지를 확인하는 것이고, 반면 신뢰도 분석이란 측정한 것이 얼마나 일치하는가를 검증하는 것으로 요인분석을 통하여 동일한 요인으로 묶인 변수들이 동질적인지를 파악하는 것이다(최창호, 2013).

한편, 설문문항을 통해 측정할 경우에 측정되는 값에 대한 측정오차가 발생하게 되며, 이러한 측정오차는 체계적 오차와 비체계적 오차로 구분되며, 체계적 오차는 측정도구 자체의 문제, 특정한 방향성을 나타내는 타당도 분석과 관련이 있고, 비체계적오차는 측정과정, 측정수단, 측정자 등으로 오차가 무작위로 발생하는 신뢰도 분석과 관련이 있다(신채상, 2019).

일반적으로 측정의 타당도 분석은 구성개념(Constructs) 타당도 중에서 측정변수 간의 상관관계가 높은 집중 타당도(Convergent Validity)와 측정변수 간의 상관관계가 낮은 판별 타당도(Discriminant Validity)를 활용하는데, SPSS프로그램을 활용한 회귀분석에서는 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 통해 이를 검증하게 된다(최창호, 2013).

본 연구는 설문을 이용한 실증연구 방법을 적용하고 있기 때문에 가설검정에 앞서 독립변수인 반영구화장 경험자데 대한 서비스품질인 전문성, 고객응대, 물리적 환경, 매개변수인 재방문, 종속변수인 추천의도의 설문문항에 대하여 구성 개념들의 타당도와 신뢰도 검정을 실시하였다. 타당도는 연구자가 연구하고자 하는 구성 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구의 구성 개념이나 속성에 대해 얼마나 정확히 측정하는가를 의미한다(신채상, 2019). 따라서 탐색적 요인분석은 연구하고자 하는 연구 개념을 얼마나 정확

히 측정하였는가를 파악하기 위해 같은 개념의 연구를 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶여지는지를 확인하는 것으로 측정도구의 타당성을 판정하기 때문에 논문에서는 타당성 검정이라고도 한다(이정우, 2019). 탐색적 요인분석은 변수가 많을 경우 이들 사이의 상호관련성을 이용하여 변수 속에 내재되어 있는 소수의 공통적인 변수를 찾아내어 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 그 내용을 축소하여 단순화 시키는 통계적 기법이다(신채상, 2019).

집중 타당도란 같은 요인별로 묶이는 성질, 즉 요인 적재값이 높은 것으로 서로 간의 상관관계가 높게 나타나고 있음을 보여주며, 하나의 구성개념을 측정할 때 하위변수들이 하나의 구성개념을 모두 충실히 반영한다면 하나의 구성개념, 즉 하나의 요인으로 산출되는 것이고, 반면 판별 타당도란 같은 요인별로 묶이는 것(요인 적재값)과 묶이지 않은 것(교차 요인 적재값)이 구별된다는 것이다(최창호, 2013).

탐색적 요인분석의 타당도 분석을 할 경우, 먼저 요인분석을 실행하기에 적당한가를 나타내는 척도로써 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 모형적합도와 측정변수들의 상관계수의 행렬이 단위행렬(같은 측정변수들끼리의 상관계수가 1이고, 나머지 측정변수들과는 모두 상관계수가 0)이라는 귀무가설을 기각하고였다(박은애, 2019). 단위행렬이 아니라(나머지 측정변수들과 적어도 1개 이상은 상관계수가 0이 아님)는 대립가설을 채택하기 위한 Bartlett의 구형성을 각각 검정(예를 들어, $p < .05$ 이면 95% 신뢰수준에서 대립가설을 채택)한 후, 회전 제곱합 적재값(요인이 2개 이상 일 경우 사용하며, 1개 일 경우에는 추출 제곱합 적재 값을 활용)에서 해당 요인이 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하고, 공통(전광수, 2015)으로 묶인 요인 모두가 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하기 위해 %누적값을 확인(일반적으로 > 60%는 되어야 함)하고, 마지막으로 요인이 2개 이상일 경우, 회전된 성분행렬에서 성분(요인)별로 묶인 요인 적재값(일반적으로 > .5)과 성분(요인)으로 묶이지 않은 교차 요인 적재값(일반적으로 < .4)을 확인하여 집중 타당도와 판별 타당도를 검정하게 되는 것이다(최창호, 2013).

본 연구도 타당도 검정을 위하여 통계프로그램중의 하나인 SPSS 통계패키지를 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 구성요인을 추출하기 위하여

주성분 분석을 사용하였고, 요인의 구분을 최대화하기 위하여 직교회전방식 (Varimax)을 사용하였고, 측정항목에 대한 판별타당도와 집중타당도를 알아보기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다(박은애, 2019).

표본의 적합도를 판단하는 KMO지수값이 .926로 일반적인 수준인 >.8 이상이고, Bartlett의 구형성 검정 결과 $\chi^2(p)$ 값이 .000으로 일반적인 기준 .05 보다 작게 나타났다. 단위행렬이 아닌 변수가 하나라도 있는 유효한 결과로 나타나 본 데이터는 요인분석하기에 적합한 것으로 판단된다(최창호, 2018).

〈표 4-3〉 독립변수의 KMO와 Bartlett의 검정(최초)

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.		.926
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	5875.494
	df	351
	유의확률	0.000

〈표 4-4〉를 보면, 측정항목의 최초 탐색적 요인분석은 매우 복잡한 결과가 도출되었다. 우선 공통성의 추출 값을 보면, 일반적인 기준인 50%이상으로 나타났다. 회전제공합의 적재값은 63.092%로 일반적인 수준인 60%을 상회하고 있다. 또한 회전된 성분행렬에서 각 요인별 요인 적재값이 서로 복잡하게 적재되어 있어 판별타당도를 저해하는 것으로 나타났다(신채상, 2019).

〈표 4-4〉 측정항목에 대한 탐색적 요인 분석 결과 요약(최초)

측정항목	구성요소					공통성
	1	2	3	4	5	
물리적환경4	.723667
물리적환경1	.720588
물리적환경3	.669572
재방문4	.666596
재방문5	.660595

물리적환경5	.647507
물리적환경2	.641527
고객응대5	.632463
재방문3	.631640
재방문2	.606	.454608
추천의도2	.	.759699
추천의도1	.	.747656
추천의도4	.	.723722
추천의도3	.	.701690
추천의도5	.	.699678
재방문1530
전문성6	.	.	.868	.	.	.783
전문성5	.	.	.846	.	.	.734
전문성4	.	.	.832	.	.	.756
전문성2	.	.	.690	.	.	.672
전문성3	.	.	.601	.	.	.500
전문성1	.	.	.578	.	.	.567
고객응대1725	.	.579
고객응대2653	.	.532
고객응대3647	.	.594
고객응대4	.562	.	.	.578	.	.717
재방문6924	.863
고유값	5.698	3.983	3.966	2.304	1.084	.
분산의 %	21.102	14.753	14.690	8.534	4.013	.
누적률(%)	21.102	35.855	50.545	59.079	63.092	.
Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.						.926
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	5875.49 4	df	351	유의확률	0.000

따라서 본 연구는 4회의 요인분석을 추가로 실시하면서 판별타당도와 집중타당도를 저해하는 측정변수들을 다음과 같은 순서에 의하여 제거되었다. 2회의 요인분석에서 고객응대5가 제거 되었고, 3회에서 전문성3, 4회에서 재방문1, 최종적으로 재방문6이 제거되면서 판별타당도와 집중타당도가 확보되었다.

탐색적 요인분석 결과를 살펴보면, 표본의 적합도를 판단하는 KMO지수값이 .925로 일반적인 수준인 $>.8$ 이상이고, Bartlett의 구형성 검정 결과 $\chi^2(p)$ 값이 .000으로 일반적인 기준 .05보다 작게 나타났고, 단위행렬이 아닌 변수가 하나라도 있는 유효한 결과로 나타나 본 데이터는 요인분석하기에 적합한 것으로 판단된다(박은애, 2019).

공통성의 추출값을 보면, 모두 일반적 기준인 50%를 상회하고 있으며, 회전 제공합 적재값에서 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하기 위해 %누적값이 67.760%로 일반적인 수준인 60%를 초과하여 측정변수들의 총 분산을 충분히 설명하고 있는 것으로 나타났다(신채상, 2019).

다음의 <표 4-5>와 같은 결과를 요인 적재값의 크기순 정렬로 정리하여 다음과 같이 요약했다(박은애, 2019).

<표 4-5> 측정항목의 탐색적 요인분석 요약

측정항목	판별타당도, 집중타당도					공통성
	추천의도	전문성	물리적환경	재방문	고객응대	
추천의도1	.768	.126	.246	.064	.082	.677
추천의도2	.768	.114	.183	.260	.070	.708
추천의도4	.733	.173	.226	.297	.182	.740
추천의도3	.716	.251	.234	.232	.129	.701
추천의도5	.687	.200	.169	.282	.247	.681

전문성6	.084	.887	.049	.001	.112	.809
전문성5	.091	.857	-.003	-.083	.044	.751
전문성4	.190	.821	.108	.148	.090	.751
전문성2	.226	.695	.170	.303	.166	.683
전문성1	.202	.573	.186	.375	.233	.599
물리적환경 4	.327	.035	.729	.258	.192	.743
물리적환경 3	.309	-.007	.703	.178	.189	.657
물리적환경 1	.177	.028	.701	.333	.088	.642
물리적환경 5	.109	.200	.664	.101	.121	.518
물리적환경 2	.179	.154	.629	.303	.211	.588
재방문4	.285	.085	.303	.707	.113	.693
재방문5	.304	.058	.329	.663	.158	.668
재방문2	.380	.131	.311	.621	.143	.664
재방문3	.271	.266	.386	.607	.158	.686
고객응대1	.030	.160	.103	.102	.739	.595
고객응대3	.207	.103	.147	.294	.707	.662
고객응대4	.234	.033	.385	.397	.623	.750
고객응대2	.255	.245	.321	-.217	.585	.618
고유값	3.677	3.430	3.390	2.861	2.227	.
분산의 %	15.989	14.914	14.737	12.437	9.684	.
누적률(%)	15.989	30.903	45.640	58.077	67.760	.
Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.						.925
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	5161.874	df	253	유의확률	0.000

회전된 성분행렬 결과에 의하면, 27개의 측정변수 중에서 구성개념의 판별타당도와 집중타당도를 저해하는 요인들이 제거되어 5개의 그룹인 전문성(전문성1, 전문성2, 전문성4, 전문성5, 전문성6), 고객응대(고객응대1, 고객응대2, 고객응대3, 고객응대4), 물리적 환경(물리적 환경1, 물리적 환경2, 물리적 환경3, 물리적 환경4, 물리적 환경5), 재방문(재방문2, 재방문3, 재방문4, 재방문5), 추천의도(추천의도1, 추천의도2, 추천의도3, 추천의도4, 추천의도5)로 각 요인별 요인 적재값이 일반적인 수준인 .5를 상회하고 있어 집중타당도가 확보되었으며, 교차요인 적재값도 .4를 하회하고 있어 판별타당도 또한 확보되어 더 이상 제거해야 할 측정변수가 없는 것으로 판단된다.

2) 신뢰도 분석

일반적으로 신뢰도 분석은 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적일치도(Internal Consistency Reliability)를 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검정하게 되는데, 일반적인 신뢰도 분석 순서는 먼저, 타당도 분석을 통하여 단일 차원성을 확보한 상태에서 구성개념이 설명하는 측정변수를 대상으로 각각 신뢰도를 분석하는 것이다(최창호, 2013). 신뢰도 분석은 측정하고자 하는 개념이 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것인데, 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 동일한 측정값이 나오는 가능성을 말한다(박은애, 2019). 신뢰도는 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적 일관성을 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검정하게 되는데, SPSS프로그램을 사용할 경우 신뢰도 분석은 타당도 분석을 통하여 단일 차원성을 확보한 후 각 요인을 설명하는 측정변수를 대상으로 각각의 신뢰도를 분석한다(양행호, 2016).

앞에서 실시한 타당도 분석을 통하여 단일 차원성을 확보한 상태에서, 독립변수인 반영구화장 경험자에 대한 서비스품질 하위 요소인 전문성, 고객응대, 물리적환경과 매개변수인 재방문, 그리고 종속변수인 추천의도를 설명하는 측정변수들에 대하여 SPSS 통계프로그램을 사용하여 각각의 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도 분석 결과는 <표 4-6>과 같다.

Cronbach's alpha 계수를 활용한 신뢰도 분석 결과 추천 의도는 .887, 전문성은 .876, 물리적환경은 .382, 재방문은 .872, 마지막으로 고객응대는 .743으로 모든 변수의 값이 일반적인 수준인 .6을 상회하고 있어 항목 제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단된다.

〈표 4-6〉 측정항목의 신뢰도 분석 요약

측정항목	항목 삭제 시 Cronbach의 알파	Cronbach의 알파
추천의도1	.877	.887
추천의도2	.862	
추천의도3	.860	
추천의도4	.852	
추천의도5	.862	
전문성1	.873	.876
전문성2	.851	
전문성4	.831	
전문성5	.854	
전문성6	.833	
물리적환경1	.792	.832
물리적환경2	.795	
물리적환경3	.793	
물리적환경4	.771	
물리적환경5	.845	
재방문2	.830	.872
재방문3	.831	
재방문4	.843	
재방문5	.842	
고객응대1	.719	.743
고객응대2	.723	
고객응대3	.657	
고객응대4	.639	

[

측정항목의 타당도 분석 및 신뢰도 분석을 요약하면 다음 <표 4-7>과 같다.

<표 4-7> 타당도 분석 및 신뢰도 분석 요약

측정항목	탐색적요인분석(집중타당도, 판별타당도)						신뢰도 분석
	추천 의도	전문성	물리적 환경	재방문	고객응 대	공통성	Cronbach 의 알파
추천의도1	.768	.126	.246	.064	.082	.677	.887
추천의도2	.768	.114	.183	.260	.070	.708	
추천의도4	.733	.173	.226	.297	.182	.740	
추천의도3	.716	.251	.234	.232	.129	.701	
추천의도5	.687	.200	.169	.282	.247	.681	
전문성6	.084	.887	.049	.001	.112	.809	.876
전문성5	.091	.857	-.003	-.083	.044	.751	
전문성4	.190	.821	.108	.148	.090	.751	
전문성2	.226	.695	.170	.303	.166	.683	
전문성1	.202	.573	.186	.375	.233	.599	
물리적 환경4	.327	.035	.729	.258	.192	.743	.832
물리적 환경3	.309	-.007	.703	.178	.189	.657	
물리적 환경1	.177	.028	.701	.333	.088	.642	
물리적 환경5	.109	.200	.664	.101	.121	.518	
물리적 환경2	.179	.154	.629	.303	.211	.588	
재방문4	.285	.085	.303	.707	.113	.693	.872
재방문5	.304	.058	.329	.663	.158	.668	
재방문2	.380	.131	.311	.621	.143	.664	
재방문3	.271	.266	.386	.607	.158	.686	

고객응대1	.030	.160	.103	.102	.739	.595	.743
고객응대3	.207	.103	.147	.294	.707	.662	
고객응대4	.234	.033	.385	.397	.623	.750	
고객응대2	.255	.245	.321	-.217	.585	.618	
고유값	3.677	3.430	3.390	2.861	2.227	.	.
분산의 %	15.989	14.914	14.737	12.437	9.684	.	.
누적률(%)	15.989	30.903	45.640	58.077	67.760	.	.
Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.						.925	.
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제 곱	5161.8 74	df	253	유의확 률	0.000	.

제 4 절 상관관계 분석

회귀분석을 하기 전에 탐색적 요인분석을 통해 단일 차원성을 확보하고, 신뢰도 분석을 통해 동질성(내적일치도)을 확보한 측정변수들 간의 평균화 등을 통해 변수 계산된 구성개념들에 대하여 기술통계분석을 실시하고, 변수들 간의 방향성과 밀집정도를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였으며, 상관관계란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로 상관관계의 정도는 0에서 ±1 사이로 나타나며, ±1에 가까울수록 상관관계는 높아지고 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다(강성천, 2015). 기술통계 분석 결과는 <표 4-8>과 같다.

<표 4-8> 측정변수의 기술통계 및 상관관계 분석 요약

측정변수	N	평균	표준 편차	전문성	고객 응대	물리적 환경	재방문	추천 의도
전문성	370	3.26	.693	1	.412**	.338**	.393**	.457**
고객응대	370	3.73	.610	.412**	1	.574**	.532**	.515**
물리적환경	370	3.97	.620	.338**	.574**	1	.698**	.610**
재방문	370	3.97	.632	.393**	.532**	.698**	1	.677**
추천의도	370	3.83	.641	.457**	.515**	.610**	.677**	1

** . 상관인 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽), Pearson 상관계수

본 연구는 반영구화장의 경험자 370명을 대상으로 실시하여 타당도와 신뢰도를 통해 정제되고 남아있는 측정항목들의 평균화한 측정변수의 기술통계는 전문성의 평균이 3.26, 고객응대의 평균이 3.73, 물리적환경의 평균이 3.97, 재방문의 평균이 3.97, 추천의도의 평균이 3.83으로 나타났다.

고객응대는 전문성과 .412**의 상관관계를 보이고 있다. 물리적환경은 고객응대와 .574**로 상관관계가 높게 나타났고, 다음으로 전문성과 .338**로

나타났다. 재방문은 물리적환경과 .698**로 가장 높게 나타났고, 다음으로 고객응대와 .532**로 나타났으며, 전문성과 .393**의 상관관계를 보이고 있다. 마지막으로 추천의도는 재방문과 .677**, 다음으로 물리적 환경과 .610**로 나타났고, 고객응대와 .515**, 전문성과 .457**의 순으로 나타났다. 모든 변수들의 상관관계가 정(+)의 방향으로 나타나고 있는 것으로 분석되었다.

분석 결과 유의확률은 .05에서 모두 유의한 것으로 분석이 되었다. 독립변수들 간의 상관관계가 .8이상 높게 나타난다면 다중회귀분석에서 다중공선성이 발생할 가능성이 있으나, 본 연구 결과에서는 다중공선성이 존재하지 않을 것으로 판단되어 가설검정을 실시하였고, 상관관계분석 결과 모든 구성개념이 통계적으로 모두 유의하게 상관관계를 보이고 있어 구성개념들 간의 인과관계 분석이 가능하다고 판단된다(신채상, 2019).

제 5 절 가설검정

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 Y의 변화에 대해서 독립변수 X 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우를 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014). 다중회귀분석에서 가장 먼저 확인해야 할 사항은 다중공선성인데 독립변수들 간에는 다중공선성이 존재하지 않아야 한다(정희만, 2019). 다중공선성(Multi-Collinearity)이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는데 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013). 다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10 이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

1) 서비스품질 요인과 추천의도에 대한 가설

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 전문성, 고객응대, 물리적환경이 종속변수인 추천의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. <표 4-9>의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.009로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었고, 또한 <표 4-11>의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.228~1.621으로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성은 확보되어 다중회귀분석을 실시할 수 있다(최창호, 2018).

〈표 4-9〉 다중회귀분석 모형 요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.678 ^a	.460	.456	.472	2.009

- a. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대
- b. 종속 변수: 추천의도

〈표 4-10〉의 분산분석표에서 F값은 104.014, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다(박은애, 2019).

〈표 4-10〉 분산분석

모형	제공합	df	평균 제공	F	유의확률	
1	회귀분석	69.713	3	23.238	104.014	.000 ^b
	잔차	81.768	366	.223		
	총계	151.481	369			

- a. 종속 변수: 추천의도
- b. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대

다중회귀분석을 실시한 결과, 물리적환경의 t값이 9.133(p= .000), 전문성의 t값은 5.704(p= .000), 고객응대의 t값은 3.407(p= .001)로 종속변수에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 물리적환경이 높을수록(B= .446), 전문성이 높을수록(B= .224), 고객응대가 높을수록(B= .175) 추천의도가 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서는 물리적환경($\beta = .432$)이 종속변수인 추천의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 전문성($\beta = .243$), 고객응대($\beta = .167$) 순으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 추천의도를 설명하는 설명력은 〈표4-9〉의 R²을 보면 46%(조정된 R²= .456)이다. 다중회귀분석 결과에 대한 계수표는 〈표 4-11〉

과 와 같다.

〈표 4-11〉 계수표

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의확률	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	.678	.181	.	3.735	.000	.	.
	전문성	.224	.039	.243	5.704	.000	.815	1.228
	고객응대	.175	.051	.167	3.407	.001	.617	1.621
	물리적환경	.446	.049	.432	9.133	.000	.659	1.518

a. 종속 변수: 추천의도

반영구화장 경험자의 추천의도에 대한 서비스품질요인의 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 〈표 4-12〉와 같다.

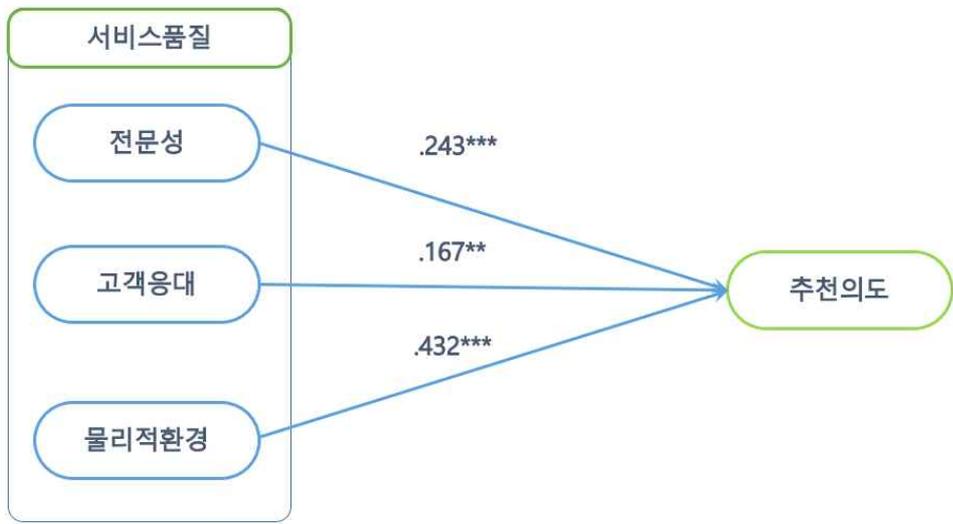
〈표 4-12〉 서비스품질과 추천의도의 대한 다중회귀분석 결과 요약

모형	B	베타	t	유의확률	VIF
(상수)	.678	.	3.735	.000	.
전문성	.224	.243	5.704	.000	1.228
고객응대	.175	.167	3.407	.001	1.621
물리적환경	.446	.432	9.133	.000	1.518

$R^2=.460$, 조정된 $R^2=.456$, $F=104.014$ ($p<.001$), Durbin-Watson= 2.009

종속변수 : 추천의도

서비스품질요인과 추천의도에 대한 가설 검정 결과는 〈그림 4-1〉과 같다.



다중회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H1, H2, H3 모두 지지되었음을 알 수 있다. 독립변수인 서비스품질 요인이 종속변수인 추천의도에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 <표 4-13>과 같다.

<표 4-13> 독립변수와 종속변수(추천의도)에 대한 가설검정 결과

가 설		검정결과
	서비스품질 요인과 추천의도에 대한 가설	
가설 H1	전문성은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H2	고객응대는 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H3	물리적환경은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

2) 서비스품질 요인과 재방문에 대한 가설

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 전문성, 고객응대, 물리적환경이 종속변수인 재방문에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. <표 4-14>의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.093로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었고, 또한 <표 4-16>의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.418 ~ 1.689로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성은 확보되어 다중회귀분석을 실시할 수 있다(최창호, 2018).

<표 4-14> 재방문에 대한 모형요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
2	.727 ^a	.529	.525	.435	2.093

a. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대

b. 종속 변수: 재방문

<표 4-15>의 분산분석표에서 F값은 136.992, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

<표 4-15> 분산분석

모형	제공합	df	평균 제공	F	유의확률	
2	회귀분석	77.916	3	25.972	136.992	.000 ^b
	잔차	69.389	366	.190	.	.
	총계	147.306	369	.	.	.

a. 종속 변수: 재방문

b. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대

재방문에 대한 다중회귀분석을 실시한 결과, 물리적환경의 t값이 12.775(p= .000), 전문성의 t값은 3.532(p= .000), 고객응대의 t값은 3.280(p= .001)로 종속변수인 재 구매에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 물리적환경이 높을수록(B= .575), 고객응대가 높을수록(B= .155), 전문성이 높을수록(B= .128) 재방문이 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서는 물리적환경($\beta = .565$)이 종속변수인 재방문에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 고객응대($\beta = .150$), 전문성($\beta = .140$) 순으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 재방문을 설명하는 설명력은 <표 4-14>의 R²을 보면 52.9%(조정된 R²= .525)이다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표 4-16> 와 같다.

<표 4-16> 계수표

모형	비표준 계수		표준 계수	t	유의확률	공선성 통계		
	B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF	
2	(상수)	.700	.167	.	4.188	.000	.	.
	전문성	.128	.036	.140	3.532	.000	.815	1.228
	고객응대	.155	.047	.150	3.280	.001	.617	1.621
	물리적환경	.575	.045	.565	12.775	.000	.659	1.518

a. 종속 변수: 재방문

반영구화장 경험자의 재방문에 대한 서비스품질요인의 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표 4-17> 과 같다.

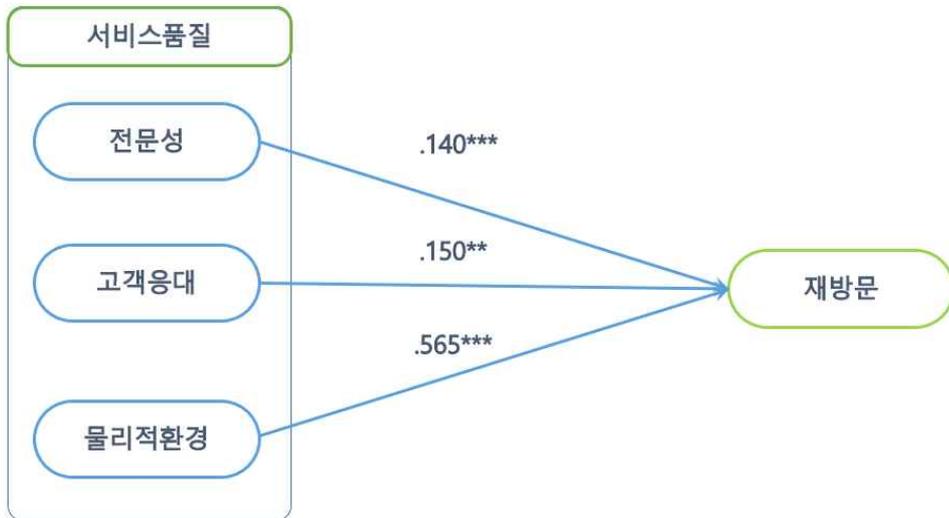
〈표 4-17〉 서비스품질과 재방문의 대한 다중회귀분석 결과 요약

모형	B	베타	t	유의확률	VIF
(상수)	.700		4.188	.000	
전문성	.128	.140	3.532	.000	1.228
고객응대	.155	.150	3.280	.001	1.621
물리적환경	.575	.565	12.775	.000	1.518

$R^2 = .529$, 조정된 $R^2 = .525$, $F = 104.014$ ($p < .001$), Durbin-Watson = 2.093

종속변수 : 재방문

서비스품질요인과 재방문에 대한 가설 검정 결과는 [그림 4-2]과 같다.



다중회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H4, H5, H6 모두 지지되었음을 알 수 있다. 독립변수인 서비스품질 요인이 종속변수인 재방문에 영향을 미칠 것이라는 가설 검정 결과는 〈표 4-18〉과 같다.

〈표 4-18〉 독립변수와 종속변수(재방문)에 대한 가설검정 결과

가 설		검정결과
	서비스품질 요인과 재방문에 대한 가설	
가설 H4	전문성은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H5	고객응대는 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 H6	물리적환경은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

3) 재방문과 추천의도에 대한 가설

본 연구에서는 반영구화장 경험자의 재방문이 종속변수인 추천의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. 〈표 4-19〉의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.093로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었다(최창호, 2018).

〈표 4-19〉 재방문과 추천의도의 모형 요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.677 ^a	.459	.457	.472	2.019

a. 예측변수: (상수), 재방문

b. 종속 변수: 추천의도

〈표 4-20〉의 분산분석표에서 F값은 312.156, 유의확률은 $.000 < .05$ 으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-20〉 분산분석

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의확률
1	회귀분석	69.522	1	69.522	312.156	.000 ^b
	잔차	81.959	368	.223		
	총계	151.481	369			

a. 종속 변수: 추천의도

b. 예측변수: (상수), 재방문

추천의도에 대한 단순회귀분석을 실시한 결과, 재방문의 t값은 17.668($p = .001$)로 종속변수인 추천의도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 재방문이 높을수록($B = .687$) 추천의도가 높아지는 것으로 나타났으며, 재방문($\beta = .677$)이 종속변수인 추천의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 재방문이 추천의도를 설명하는 설명력은 [표4-19]의 R^2 을 보면 45.9%(조정된 $R^2 = .457$)이다. 단순회귀분석 결과에 대한 요약 표는 〈표 4-21〉과 같다.

〈표 4-21〉 계수표

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의확률
		B	표준 오차	베타		
1	(상수)	1.096	.156		7.003	.000
	재방문	.687	.039	.677	17.668	.000

a. 종속 변수: 추천의도

반영구화장 경험자의 추천의도에 대한 재방문의 단순회귀분석 결과에 대한 요약 표는 〈표 4-22〉와 같다.

〈표 4-22〉 재방문과 추천의도 대한 단순회귀분석 결과 요약

모형	B	베타	t	유의확률
(상수)	1.096	.	7.003	.000
재방문	.687	.677	17.668	.000

$R^2 = .459$, 조정된 $R^2 = .457$, $F = 321.256$ ($p < .001$), Durbin-Watson = 2.019

종속변수 : 추천의도

재방문과 추천의도에 대한 가설 검정 결과는 [그림 4-3]과 같다.



[그림 4-3] 재방문과 추천의도에 대한 가설 검정 결과

단순회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H7은 지지되었음을 알 수 있다. 재방문이 종속변수인 추천의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 검정 결과는 〈표 4-23〉와 같다.

〈표 4-23〉 독립변수와 종속변수(재방문)에 대한 가설검정 결과

	가 설	검정결과
	재방문과 추천의도에 대한 가설	
가설 H7	재방문은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

4) 서비스품질과 추천의도의 영향관계에서 재방문의 매개효과분석

추가분석으로 반영구화장의 서비스 품질요인과 추천의도와의 영향관계에서 재방문이 매개 역할을 하는지에 대하여 매개효과분석을 실시하였다. 독립변수인 서비스품질 요인의 전문성, 고객응대, 물리적환경이 종속변수인 추천의도에 미치는 영향관계에서 재방문의 매개 역할을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 매개효과란 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계가 있었는데, 그 사이에 매개변수가 개입되면 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 감소 또는 소멸하는 효과를 의미한다(신채상, 2019). Baron & Kenny의 연구에 의하면 3단계 접근법을 활용한 매개효과 검정방법을 실시하는데, 1단계는 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향관계를 미치고, 2단계는 독립변수가 매개변수에 유의미한 영향을 미치며, 3단계는 독립변수를 통제된 상태에서(독립변수와 매개변수를 함께 투입해서)에서 매개변수가 종속변수에 유의미한 영향관계를 미친다면 매개효과가 있는 것으로 본다(Baron & Kenny, 1996).

다음은 Baron & Kenny의 3단계 접근법을 활용하여 1단계 추천의도를 종속변수로 투입하고(1단계), 독립변수를 전문성, 고객응대, 물리적 환경으로 투입한 다음(1단계), 추가로 재방문을 독립변수에 투입하여(3단계) 매개효과분석을 위한 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 <표 4-24>에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.008의 수치로 나타나 자기상관이 없이 독립적이며, <표 4-26>의 계수표에서 독립변수들 간의 다중공선성 진단을 위한 VIF 지수를 살펴보면, VIF(분산팽창요인) 값은 1.457 ~ 2.041로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없어 본 데이터는 다중회귀분석을 실시하기에 적합하다(신채상, 2019).

〈표 4-24〉 매개효과 분석 모형 요약

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.678 ^a	.460	.456	.472	.
3	.734 ^b	.538	.533	.437	2.008

- a. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대
- b. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대, 재방문
- c. 종속 변수: 추천의도

〈표 4-25〉의 분산분석표에서 3단계의 F값은 106.423, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나 이상의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-25〉 매개효과 분석의 분산분석

모형	제곱합	df	평균 제곱	F	유의확률	
1	회귀분석	69.713	3	23.238	104.014	.000 ^b
	잔차	81.768	366	.223	.	.
	총계	151.481	369	.	.	.
3	회귀분석	81.554	4	20.389	106.423	.000 ^c
	잔차	69.927	365	.192	.	.
	총계	151.481	369	.	.	.

- a. 종속 변수: 추천의도
- b. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대
- c. 예측변수: (상수), 물리적환경, 전문성, 고객응대, 재방문

〈표 4-26〉을 보면, 매개효과를 검정하는 다중회귀분석을 실시한 결과 1 단계에서, 전문성(p= .000), 고객응대(p= .001), 물리적 환경(p= .000)는 재방문에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 3단계에서 매개변수인 재방문의 t값이 7.862(p= .000)로 종속변수인 추천의도에 통계적으로 유의미하게 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 매개효과가 있는 것을 알 수 있다.

매개효과는 통계프로그램인 SPSS로 검정할 경우 Baron & Kenny(1986)의 3단계 접근법 중 2단계(독립변수→매개변수)를 먼저 실시한 후, 1단계(독립변수 → 종속변수)와 3단계(독립변수+매개변수 → 종속변수)를 그 다음에 실시하는 방법으로 분석이 가능하다(최창호, 2018).

한편, 3단계 모형에서 독립변수인 물리적 환경, 전문성, 고객응대는 1단계 모형에서 회귀계수(비표준화 및 표준화)에 비해 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의미하게 감소[①물리적 환경: .446→ .209(p= .000), ②전문성: .224→ .171(p= .000), ③고객응대; .175→ .111(p= .022)] 하였는바, 물리적 환경, 전문성, 고객응대와 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 부분매개하고 있음을 알 수 있다.

매개효과분석과 관련하여 Van Dyne, Graham & Dienesch(1994)는 완전매개효과와 부분매개효과를 구분하였는데, 1단계와 3단계를 비교하여 독립변수가 종속변수에 미치는 회귀계수(비표준화 및 표준화)가 유의미하게 감소하면 부분매개효과(Partial Mediation Effect)이고, 무의미하게 감소하면 완전매개효과(Full Mediation Effect)라고 구분하였다(최창호, 2018).

〈표 4-26〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분석 계수표

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의확률	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	.678	.181		3.735	.000		
	전문성	.224	.039	.243	5.704	.000	.815	1.228
	고객응대	.175	.051	.167	3.407	.001	.617	1.621
	물리적환경	.446	.049	.432	9.133	.000	.659	1.518
3	(상수)	.389	.172		2.259	.024		
	전문성	.171	.037	.186	4.630	.000	.788	1.269
	고객응대	.111	.048	.106	2.298	.022	.599	1.668
	물리적환경	.209	.054	.202	3.836	.000	.456	2.195
	재방문	.413	.053	.407	7.862	.000	.471	2.123

a. 종속 변수: 추천의도

반영구화장의 경험자에 대한 서비스품질요인과 추천의도의 영향관계에서 재방문이 매개역할을 할 것이라는 가설검정 결과는 〈표 4-27〉과 같다.

〈표 4-27〉 재방문의 매개효과 가설검정 결과

가 설		검정결과	매개효과
	재방문의 매개효과 가설검정		
가설 H8	서비스품질 전문성이 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	채택	부분매개
가설 H9	서비스품질 고객응대는 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	채택	부분매개
가설 H10	서비스품질 물리적환경이 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	채택	부분매개

다음 <표4-28>는 Baron & Kenny(1986)의 3단계 접근법 서비스품질 요인과 추천의도의 영향관계에서 재방문의 매개효과 분석에 대한 결과 요약이다.

<표 4-28>서비스 품질 요인과 추천의도 영향과 재방문의 매개효과 분석

구분	Step1		Step2		Step3	
	(종속변수:추천의도)		(종속변수:재방문)		(종속변수:추천의도)	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta
(상수)	.678		0.700		.389	
전문성	.224	0.243 ^{***}	.128	0.140 ^{***}	.171	0.186 [*]
고객응대	.175	0.167 ^{**}	.155	0.150 ^{**}	.111	0.106 [*]
물리적환경	.446	0.432 ^{***}	.575	0.565 ^{***}	.209	0.202 [*]
재방문					.413	0.470 ^{***}
R ²	.460(.456)		.529(.525)		.538(.533)	
F	104.014 ^{***}		104.014 ^{***}		106.423 ^{***}	
Durbin-Watson	2.009		2.093		2.008	

유의확률:*P<.05 **p<.01 ***p<.001

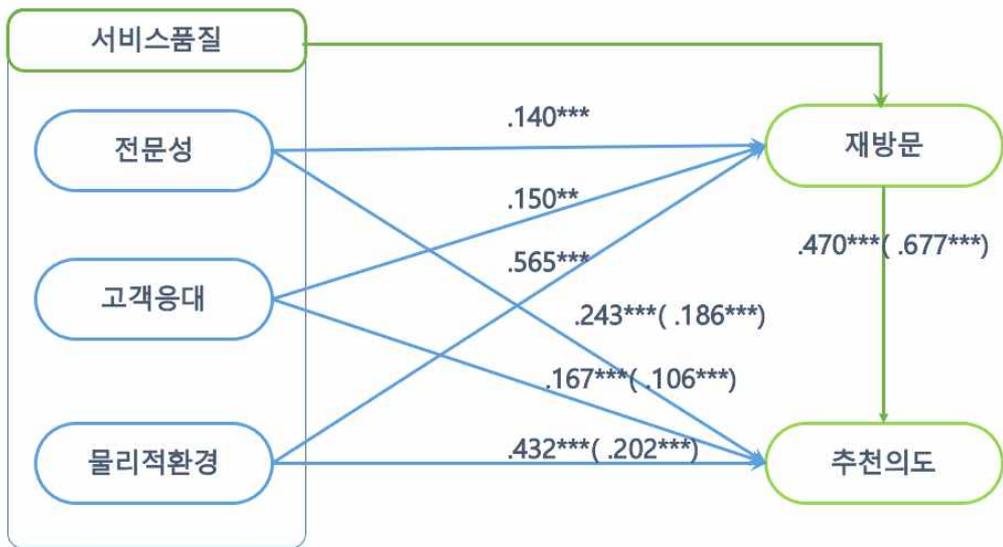
매개모형에서 전문성과 추천의도에서 재방문이 매개할 것이라는 가설 H8은 지지되었고, 고객응대와 추천의도에서 재방문이 매개할 것이라는 가설 H9는 지지되었으며, 물리적환경과 추천의도에서 재방문이 매개할 것이라는 가설 H10은 지지되었다.

가설 검정에 대한 전체적으로 보면, 반영구화장 경험자에 대한 서비스품질 요인인 전문성, 고객응대, 물리적환경이 추천의도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었으며, 서비스품질요인인 전문성, 고객응대, 물리적환경이 재방문에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 또한 재방문이 추천의도에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을

을 미치는 것으로 검정되었다. 마지막으로 반영구화장 경험자에 대한 서비스 품질요인인 전문성, 고객응대, 물리적환경과 추천의도의 영향관계에서 재방문이 매개하는 것으로 검정되었다.

서비스품질 요인인 전문성, 고객응대, 물리적 환경 중에서 추천의도에 영향을 미치는 영향관계에서 물리적환경이 가장 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로 전문성이 영향을 미치고, 고객응대의 영향력이 낮게 나타났다. 서비스품질 요인 중에서 재방문에 영향을 미치는 영향관계에서 물리적환경이 가장 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로 고객응대가 영향을 미치고, 전문성의 영향력이 낮게 나타났다.

[그림 4-4]는 본 연구의 가설검정 요약 그림이다.



[그림 4-4] 재방문의 매개효과와 관련한 가설검정 결과

본 연구에 대한 가설 검정결과를 요약하면 <표 4-29>과 같다.

〈표 4-29〉 연구가설 검정결과 요약

가 설		β 값 (P-value)	검정 결과
서비스품질 요인과 추천의도에 대한 가설			
H1	전문성은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.243 (.000)	채택
H2	고객응대는 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.167 (.001)	채택
H3	물리적환경은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.432 (.000)	채택
서비스품질 요인과 재방문에 대한 가설			
H4	전문성은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.140 (.000)	채택
H5	고객응대는 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.150 (.001)	채택
H6	물리적환경은 재방문에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.565 (.000)	채택
H7	재방문이 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	.677 (.000)	채택
재방문의 매개효과 가설검정			
가설 H8	서비스품질 전문성이 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	.186 (.000)	채택 (부분 매개)
가설 H9	서비스품질 고객응대는 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	.106 (.022)	채택 (부분 매개)
가설 H10	서비스품질 물리적환경이 추천의도에 미치는 영향관계를 재방문이 매개할 것이다	.202 (.000)	채택 (부분 매개)

제 5 장 결 론

제 1 절 연구의 요약 및 결론

본 연구는 반영구화장의 수요가 증가함에 따라 선행연구를 바탕으로 하여 반영구화장의 경험자를 대상으로 재방문과 추천의도에 영향을 미치는 서비스 품질에 대한 상호관련성과 영향관계를 파악하기 위한 것이다. 이러한 연구목적 을 달성하기 위해 이론적 고찰과 실증분석을 병행하였다.

서울 및 경기도, 기타 지역의 반영구 시술 경험자를 대상으로 2019년 11월 1일부터 11월 25일까지 25일간 실시하였고 자료 수집은 리커트 5점 척도로 구성된 5개 요인의 34문항과 7개 문항의 일반적 특성으로 구성된 설문지를 활용하여 396부의 연구에 필요한 자료를 수집하여 불성실한 26부의 자료를 제외하고 370부의 설문지를 자료 분석에 활용하였다.

자료 분석은 통계패키지 SPSS ver 22.0을 활용하여 일반적 특성에 대한 기술통계분석으로 설문 응답자의 분포를 알아보기 위한 빈도분석을 실시하였고, 요인들의 설문 문항에 대한 정규성을 알아보기 위한 기술통계분석을 실시 하여 데이터의 정규분포를 확인하였다. 수집된 설문지의 측정 문항에 대한 타당도와 신뢰도를 분석하기 위해 탐색적 요인분석을 통해 집중타당도와 판별타당도를 확보했으며, Cronbach's alpha 계수를 활용한 신뢰분석을 통해 신뢰도를 확보하였다. 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 타당도와 신뢰도 를 저해하는 변수들을 정제하고 남아있는 측정항목을 평준화된 변수 계산을 하였다. 평준화된 변수들 간의 상호 연관성을 알아보기 위하여 상관관계분석 을 실시하였다.

마지막으로 연구가설에 대한 검증을 실시한 결과, 본 연구를 위해 설정된 연구가설은 모두 채택되었고 재방문의 매개효과 가설검정만 부분 채택되었음 을 확인하였다.

본 연구의 결과를 중심으로 연구문제의 결론은 다음과 같다.

연구문제 1. 반영구화장 뷰티샵 서비스품질이 재방문에 미치는 영향을 알아본 결과 서비스품질인 전문성, 고객 응대, 물리적 환경에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 고객 응대가 높을수록, 전문성이 높을수록 재방문이 높아지는 것으로 나타났으며 독립변수에서는 물리적 환경이 종속변수인 재방문에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구문제 2. 반영구화장 뷰티샵 서비스품질이 추천의도에 미치는 영향을 알아본 결과 서비스품질인 전문성, 고객응대, 물리적 환경에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 전문성이 높을수록, 고객응대가 높을수록 추천의도가 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서 물리적 환경이 종속변수인 추천의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구문제 3. 반영구화장 뷰티샵 재방문, 추천의도에 영향을 미치는 서비스 품질 요인별 영향력을 알아본 결과 독립변수에서 물리적 환경 수준이 높을수록, 전문성이 높을수록, 고객응대가 높을수록 재방문 추천 의도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일반적으로는 전문성에서 기술의 완성도가 좋으면 재방문 및 추천의도가 높을 것이라고 생각했던 부분과는 다르게 전문적 기술력은 교육의 평준화로 어느 정도는 평균치에 맞추어 있고, 연구결과에서 보듯이 전문성보다는 물리적 환경 수준에 대한 결과가 높게 나왔다는 것은 이제는 고객들의 서비스 욕구가 다양해짐에 따라 교통이 편리한 역세권인지, 주차할 수 있는 공간이 있는지, 인테리어 부분이나 샵의 위생 및 청결상태에 대하여 연관되어 있다는 점이 연구의 결과로 알 수 있다.

제 2 절 연구의 시사점 및 한계

1) 연구의 시사점

본 연구결과 서비스 품질요인이 반영구화장경험자의 재방문 및 추천의도에 미치는 영향 중 물리적 환경 요소가 가장 중요한 변수임이 연구조사결과 밝혀졌다.

첫째, 서비스품질요인 하위변수 중 물리적 환경에 대한 결과를 통해 대중교통 이용의 편리함과 더불어 주차편의시설 확충이 필요함을 인지하였다. 이에 주차요원의 서비스응대 프로세스인식 및 교육의 필요성이 중요한 요소라 할 수 있다.

둘째, 서비스품질 하위변수 중 전문성이 두 번째 중요한 요소로 확인되었으며, 특히 시술자의 전문지식을 기반으로 한 시술 품질이 차별화 경쟁력임이 밝혀졌다. 따라서 최신 트렌드에 맞는 지속적 시술방법 및 디자인 요소를 연구개발함이 중요함을 인지하여 반영구 시술자들에게 도움이 되리라고 기대할 수 있다.

셋째, 서비스품질 하위변수 중 고객 응대에 대한 결과를 통해 반영구 시술자는 고객의 니즈를 파악하고 의사존중을 해주어 발생하는 신뢰감을 기반으로 느껴지는 친절함 및 불만족에 대한 신속한 대처 등이 재방문에 영향을 미치리라 기대할 수 있다.

2) 연구의 한계점과 향후 연구방안

본 연구를 통해 밝혀진 한계점으로 반영구 전문샵의 최근 매출현황을 파악해 본 결과, 남성 고객이 급격하게 증가하였음을 확인하였다. 이는 남성 외모에 대한 심미성 기준이 변경되고 있는 것에 기인하고 있음이 선행연구와 더불어 연구결과로 밝혀졌다. 따라서 주로 인구통계학적 특성 중 여성 고객을 주된 이용자로써 연구한 본 연구의 한계점이 인지되었다.

향후 연구방안으로는 반영구 전문샵의 발전방안 모색을 위해 여성고객은

물론 남성 이용자에 대한 실태조사가 동반 반영되어야 함을 인지하였으며, 이를 위해 남성 이용자의 인구통계학적 분석에 기반한 반영구 전문샵 이용에 관련된 요인과 만족도에 대한 추가 연구가 필요하다고 할 수 있다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 고혜정, 김용선. (2003). 한국세미퍼머넌트 메이크업 행위에 대한 제도 개선방안에 관한 연구. 『대한피부미용교육 학술지』, 12.1(3), 11-23.
- 김도연. (2012). “세미퍼머넌트 메이크업에 대한 고객 인식도변화에 관한 연구 : 20대에서 50대를 중심으로”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
- 김도연. (2015). “반영구화장 시술방법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도 비교”. 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 김기라. (2019). “피부관리실 서비스품질이 고객만족도 및 재방문의도에 미치는영향”. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문
- 김혜옥. (2017). “반영구화장의 인지, 실태 및 만족도에 따른 의미와 전망에 대한 연구”. 광운대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김남희. (2017). “반영구화장의 선호도와 인식도 연구”. 대구한의대학교 보건 복지대학원 석사학위논문
- 김회경. (2007). “수요자 측면에서의 여성 퍼머넌트 메이크업 미용형태 연구”. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문
- 김회화. (2017). “반영구화자의 실태조사와 법적제도 정착을 위한 개선방안 연구”. 신라대학교 공공안전정책대학원 석사학위논문
- 김성수. (2004). “ 물리적 환경요인에 따른 프로모션 메뉴전략방안에 관한 연구”. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위 논문
- 김선옥. (2004). “피부미용실의 서비스품질이 재구매의도에 미치는 영향” 배재대학교 대학원 박사학위논문
- 김은영. (2011). “네일샵의 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 김철희. (2016). “헤어샵 고객의 재방문의도와 결정요인에 미치는 영향”. 가천대학교

석사학위논문

- 권선미. (2019). “눈썹반영구화장 교육실태 및 요구조사에 따른 국가직무능력표준(NCS)기반 교육프로그램 연구 : 반영구화장 교육이수 후 현장기술 경험자를 중심으로”. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문
- 권우영. (2013). “여성소비자의 라이프스타일 유형별 외모관리 동기가 퍼머넌트 메이크업행동에 미치는 영향”. 경성대학교 대학원 석사학위논문
- 강성천. (2015). “컨설팅역량이 중소기업 경영컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 김진 · 장희진. (2011). 『반영구 메이크업』. 서울: 훈민사.
- 두미. (2019). “피부관리 샵의 서비스품질요인에 따른 재방문, 추천의도에 미치는 영향”. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문
- 박건희. (2016). 반영구화장의 기술 및 심리적 만족도가 재기술 및 추천의도에 미치는 영향. 『한국인체미용예술학회지』, 17(1)189-205.
- 박상준. (2010). 의료서비스품질 척도의 신뢰도와 타당도 검증. 『한국산업경제저널』, 2(1), 51-61.
- 박선예. (2015). “헤어미용서비스에서 의사소통, 기술, 고객응대가 만족 및 전환의도에 미치는 영향”. 송실대학교 대학원 석사학위논문
- 박정희. (2013). “미용산업의 서비스품질이 고객만족 및 재방문에 미치는 영향에 관한 연구 : 강원지역을 중심으로”. 서경대학교 경영대학원 석사학위논문
- 신영희. (2018). “확장된 계획행동이론을 적용한 뷰티샵 이용고객의 반영구화장 피시술행동 예측 연구”. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문
- 송유이. (2019). “반영구화장 시술경험자의 인식, 만족도 및 위험지각에 관한 연구”. 한남대학교 사회문화·행정복지 대학원 석사학위논문
- 손경파. (2015). “호텔의 서비스품질이 고객만족, 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향”. 동국대학교 대학원 석사학위논문
- 신채상. (2019). “컨설팅트간의 협업이 컨설팅 완성도에 미치는 영향에 관한 연구”.

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문

- 신건권. (2013). 『Amos 20 통계분석 따라하기』. 서울: 도서출판청람.
- , 홍지민 (2018). 『반영구화장개론』. 서울: 여문각.
- 손주연, 허혜순, 권태일. (2016). 퍼머넌트 메이크업 눈썹 디자인 선호도 및 만족도 연구. 『국제보건미용학회지』, 10(2), 60-68.
- 이진명. (2005). 『영구문신과 반영구화장의 실제』. 서울: 여문각.
- 이훈영. (2013). 『이훈영 교수의 마케팅조사론(제4판)』. 서울 : 도서출판청람.
- 원유석, 이준재. (2016). 『서비스품질 경영론』. 서울 : 旺社.
- 이일현. (2014). 『Easy Flow 회귀분석』. 서울 : 한나래출판사.
- 우정희. (2015). “여성 세미퍼머넌트 메이크업 미용형태 인식 및 만족도 연구”. 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위 논문
- 우승희. (2016). “피부관리숍 유형별 서비스 품질 관리를 위한 인내영역 개발에 관한 연구”. 남부대학교 대학원 석사학위 논문
- 유채원. (2017). “반영구화장 시술고객의 사후행동 영향요인에 관한 연구”. 광원대학교 원격대학원 석사학위논문
- 어경현. (2018). “눈썹반영구화장 재시술 만족도 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문
- 이은아. (2007). “서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 : 미용실을 중심으로”. 서경대학교 행정대학원 석사학위논문
- 이은영. (2016). “여행 공유경제 플랫폼의 특성이 이용의도와 추천의도에 미치는 영향”. 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문
- 양행호. (2016). “컨설턴트의 비언어커뮤니케이션이 고객신뢰, 고객만족, 컨설팅 수용의도에 미치는 영향”. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 조승복. (2004). 『반영구의 이해에서 시술까지』. 서울: 한미의학.
- 정미영. (2016). 『반영구 메이크업 디자인 앤 스킬』. 서울: 시대인.
- 진태연. (2011). “미용 산업의 서비스 품질이 서비스가치와 고객충성도에 미치는 영향”. 금오고과대학교 대학원 박사학위논문
- 진은주. (2015). “눈썹반영구화장 기법에 따른 고객만족도 및 통증”. 건국대학교

산업대학원 석사학위 논문

- 장사라. (2003). “퍼머넨트 메이크업의 이미지 구성과 활용방안”. 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 조설비. (2015). “골프장의 물리적환경이 고객의 내적반응 및 재방문 의도에 미치는 영향”. 남부대학교 대학원 석사학위논문
- 정유진. (2019). “반영구화장 제도화를 위한 연구”. 대구한의대학교 대학원 석사학위논문
- 정연주. (2017). “여행사의 서비스품질이 재구매 및 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 한국교통대학교 글로벌융합대학원 석사학위논문
- 정 화. (2018). “호텔 서비스품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향 : 중국 저가 호텔을 중심으로” 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 장전전. (2018). “중국 청도관광지 관광체험요소가 관광만족도, 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 원광대학교 일반대학원 석사학위논문
- 정현경. (2017). “서비스 직무훈련과 서비스 직무 경험이 서비스 전문성에 미치는 영향”. 세종대학교 대학원 석사학위논문
- 최창호. (2018). 『논문 작성을 위한 SPSS, AMOS 한 번에 끝내기』. 서울 : (주)피오디컴퍼니.
- 홍수남. (2017). 반영구화장 이미지 효과가 구전의도 및 재구매에 미치는 영향. 『대한미용학회지』, 13(3), 277-285.
- 한지수, 한영실. (2018). 『반영구메이크업디자인』. 서울: 경춘사.
- 홍수임. (2016). “세미퍼머넨트메이크업 시술만족도가 이미지 효과에 미치는 영향”. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문
- 한선미. (2015). “반영구화장상태 및 만족도에 관한 연구”. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 황종열. (2017). “반영구시술 교육프로그램 만족도, 재교육 받을 의도, 기대의도 간 영향연구”. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문

2. 국외문헌

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator – mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Bitner, M. J. (1994). Marketing strategies and organizational Structures for service firms. In Donnelly, J. H., & W. R. George (Eds.). *Marketing of services*, Chicago: American Marketing Association, pp 47–51.
- Geva, A., & Goldman, A. (1989). Changes in the perception of a service during its consumption: A case of organised tours. *European Journal of Marketing*, 23(12), 44–52.
- VDyne, L. V., & Graham, J. W. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of management Journal*, 37(4), 765–802.

3. 인터넷 자료

한국경제 신문. (2019). 미용실“눈썹 문신 기술” 합법화한다.

<https://www.hankyung.com>. (2019. 11.24.) 검색.

경향신문. (2018). “통념의 벽 넘은 타투, 제도의 벽에 막혀 여전히 불법”

<http://news.khan.co.kr>. (2019. 11.20.) 검색

조선일보. (2019). “내 타투 선생님은 유튜브” 위생지식 부족한 문신 기술자 많다.

<http://news.chosun.com>. (2019. 11.28.) 검색.

[부 록]

설문지

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 귀한 시간 내어 설문조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문조사는 “반영구 화장 경험자의 뷰티서비스품질 요인이 반영구화장 경험자의 재시술 및 추천의도에 미치는 영향”에 관한 설문조사입니다.

귀하께서 응답해주신 자료는 통계법 제33조에 의거 학문의 목적으로만 사용되고 귀하의 의견은 비밀이 보장됨을 약속드립니다.

귀하의 의견이 연구에 도움이 될 수 있도록 솔직하고 진솔한 답변 주실 것을 부탁드립니다.

2019년 10월

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과 뷰티에스테틱 전공
지도교수 : 이 준 숙 교수님

석사과정 : 권 현 숙
전화번호 : 010-7194-9951
e-mail : hdsc00202@naver.com

I. 다음은 귀하가 이용하신 ‘반영구화장의 서비스품질 요인’에 관한 질문사항입니다. 해당하는 곳에 √ 표 하여 주시기 바랍니다.

1. 전문성

no	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 시술 전 충분한 사전 설명을 제공 받았다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 얼굴형에 대한 눈썹 디자인을 정확히 상담 받았다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 시술자가 전문적인 지식을 충분히 습득하고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 시술자가 시술상황에 맞는 적절한 장비를 사용하였다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 시술자의 이미지에 호감이 갔다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 시술 후 주의 사항에 대해 설명을 들었다.	①	②	③	④	⑤

2. 고객응대

no	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 시술자가 진심에서 나오는 친절함을 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 시술자가 나의 의견이나 의사를 존중해준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 시술자가 공손함이 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 시술자가 고객의 불만족에 대해 적절한 대처를 잘 해준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 시술받는 과정에서 신뢰감을 받았다.	①	②	③	④	⑤

3. 물리적 환경

no	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 시술공간의 전체 분위기가 편안하였다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 시술자의 용모 등 전체적인 뷰티샵 위생상태가 청결하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 다양한 색소 등 소비자를 위한 도구들이 잘 구비되어있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 주차편의 시설이 확보되어 있음을 중요하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 세안시설 및 화장실 사용이 편리 하였다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음은 귀하가 이용하신 ‘반영구화장의 재방문’에 관한 질문사항입니다. 해당하는 곳에 √ 표 하여 주시기 바랍니다.

1. 재방문

no	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 반영구화장 시술자의 테크닉에 만족했다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 반영구화장 시술 받은 후 나의 외모에 만족했다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 반영구화장의 시술 가격에 만족했다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 시간이 경과하면 반영구화장 시술을 다시 받고 싶다	①	②	③	④	⑤
5	나는 앞으로 필요한 경우 다른 부위도 추가로 받고 싶다	①	②	③	④	⑤
6	나는 향후 시술을 받는다면 내가 시술 받은 전문샵으로 다시 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 귀하가 이용하신 “반영구화장의 추천의도”에 관한 질문사항입니다.
 해당하는 곳에 √표 하여 주시기 바랍니다.

1. 추천의도

no	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 기회가 된다면 주변에 반영구화장 시술을 받아보도록 권유할 생각이다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 반영구화장 병원과 전문샵을 비교 시 전문샵 시술을 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 내가 이용하는 반영구 전문샵을 믿고 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 주변에 내가 시술받은 반영구화장 전문샵을 호의적으로 이야기 하였다.	①	②	③	④	⑤
5	주변에서 나의 반영구화장 시술에 대해 많은 관심을 나타내는 것 같다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 다음은 ‘일반적 특성’에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 √표 하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령대는?

- ① 20세 미만 ② 20세 이상~30세 미만 ③ 30세 이상~40세 미만
 ④ 40세 이상~50세 미만 ⑤ 50세 이상

3. 귀하의 교육수준은?

- ① 고졸이하 ② 전문대(졸) ③ 대학교(졸) ④ 대학원 이상

4. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 회사원 ③ 전문직 ④ 자영업 ⑤ 주부 ⑥ 기타

5. 귀하의 월 평균 수입은?

- ① 200만원 미만 ② 200만원 이상 ~ 300만원 미만 ③ 300만원 이상 ~ 400만원 미만 ④ 400만원 이상~ 500만원 미만 ⑤ 500만원 이상

6. 귀하의 월 평균 자신의 외모관리비용은 얼마입니까?

- ① 30만원 미만 ② 30만원 이상 ~ 50만원 미만 ③ 50만원 이상 ~ 70만원 미만
④ 100만원 미만 ⑤ 100만원 이상

7. 귀하의 지역은 어디이십니까?

- ① 서울 ② 경기도 ③ 인천광역시 ④ 기타

바쁘신 업무에도 시간을 할애하여 설문에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

ABSTRACT

The Effect of Beauty Service Quality on Consumers' Revisit and Referral Intention

- Focusing on Semi-permanent Makeup Experience -

Kwon, Hyun-Sook

Major in Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

This study is based on previous studies as demand for semi-permanent makeup increases, and empirically analyzes the interrelationship and influence relations of service quality factors affecting revisit and recommendation intention for experienced semi-permanent makeup.

Among the semi-permanent procedures experienced in Seoul, Gyeonggi province, and other regions, the survey was conducted in parallel with offline and online surveys for men and women under 20 to 60 years old. The total number of the collected surveys was 396 copies, but except for the 26 insincere copies, 370 copies were used as statistics.

Data analysis used statistical package SPSS ver 22.0 to test the assumptions established by frequency analysis, technical statistical analysis,

exploratory factorial analysis and reliability analysis, and finally multiple/simple regression analysis.

In the correlation between the measurement variables, customer response indicates the correlation with professionalism. The physical environment was highly correlated with customer service, followed by professionalism analysis. Re-visits showed a correlation between the physical environment, customer service, and professionalism, and lastly, the recommended intentions were shown as revisit, physical environment, and were analyzed in order of customer service and professionalism.

First, as a result of investigating how semi-permanent cosmetic store service quality affects the revisit factors, revisit increases as service factors such as professionalism, customer service, and physical environment increase. In the independent variable, the physical environment had the greatest influence on the return visit.

Second, as a result of investigating how semi-permanent cosmetic store service quality affects the recommendation intention, recommendation intention increases as service factors such as professionalism, customer service, and physical environment increase. In the independent variable, the physical environment had the greatest influence on the recommendation intention.

Third, as a result of investigating the influence of service quality by factors on revisit to semi-permanent cosmetic store and recommendation intention, In the independent variable, the higher the physical environment level, the higher the professionalism, the higher the customer service, the most influence on the return visit and recommendation intention.

Based on this research result, it was found that professionalism, customer service, and physical environment influenced revisit and recommendation intention as factors of service quality, and the results showed that the physical environment level was higher than professionalism. As the customer's needs for service are diversified, the results of the study show that it is related to the convenience of the transportation area, the parking facilities, and the hygiene and cleanliness of the interior or shop. In terms of new customer creation and management strategy, efforts should be made to raise the level of the physical environment.

【Keyword】 Semi-permanent makeup, Service quality, Professionalism, Customer service, Physical environment, Revisit, Recommendation intention