

석사학위논문

탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)
선택속성과 구매행동의도의 관계에서
외모만족도의 조절효과

2022년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

홍 성 애

석사학위논문
지도교수 김현정

탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)
선택속성과 구매행동의도의 관계에서
외모만족도의 조절효과

The Moderation Effect of Appearance Satisfaction in the
Relationship between Scalp Micro-Pigmentation (SMP)
Selection Attributes and Purchase Behavioral Intention of
People with Hair Loss

2021년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

홍성애

석사학위논문
지도교수 김현정

탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)
선택속성과 구매행동의도의 관계에서
외모만족도의 조절효과

The Moderation Effect of Appearance Satisfaction in the
Relationship between Scalp Micro-Pigmentation (SMP)
Selection Attributes and Purchase Behavioral Intention of
People with Hair Loss

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

홍 성 애

홍성애의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 이준숙 (인)

심 사 위 원 김혜지 인)

심 사 위 원 김현정 (인)

국 문 초 록

탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰 티 에 스 테 틱 전 공

홍 성 애

현대인들에게 모발이란 얼굴과 함께 외모의 아름다움과 자신감을 갖게 하는 중요한 부분을 차지하게 되었다. 그러나 현대사회는 급속도로 성장하고 과도한 업무와 스트레스, 환경오염, 유전적 요인과 내·외적 요인, 질병, 출산, 다이어트 등 여러 가지 원인으로 인해 남녀노소를 불문하고 탈모가 늘어나고 있는 추세이며 모발 유지에 도움이 되는 음식, 탈모 의약품, 샴푸, 두피 마사지, 디바이스 사용, 모발이식 등 많은 시간과 비싼 비용을 지불하면서 탈모관리를 하고 있다.

탈모시장은 점점 확대되고 다양화되면서 가발과 모발이식의 새로운 대안으로 두피미세색소요법(S.M.P)이 대두되고 있으며 안전하면서 만족도가 높은

시술로서 인식이 높아지고 있고 이에 대한 소비자의 선택 동기와 구매행동의도에 대한 연구가 필요한 실정이다.

본 연구는 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 외모만족도, 구매행동의도 간의 관계를 연구하고자 문헌 및 실증연구를 병행하여 조사하였으며 서울, 경기지역의 30-50대 이상의 두피미세색소요법(S.M.P) 시술 경험에 있는 성인 남녀 443부의 설문지를 배포하여, 최종 416부를 분석 자료로 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 26.0 version, AMOS 26.0 version 사용하여 기술통계, 탐색적요인분석, 상관관계분석, 다중회귀분석, 조절회귀분석을 진행하였다.

이 연구의 결과는 다음과 같다.

첫 번째, 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 간의 관계에서 선택속성 하위요인 중 시술자 요인과 시술결과 요인이 외모만족도와의 상관관계에서 통계적 유의한 상관관계를 나타냈으며, S.M.P 선택속성과 구매행동의도와의 상관관계 분석 결과에서는 위생요인과 구매행동의도, 시술자요인과 구매행동의도, 경제적요인과 구매행동의도, 시술결과 요인과 구매행동의도, 편리성 요인과 구매행동의도 모두 두 변인 간 통계적 유의한 상관관계를 나타내었다. 외모만족도와 구매행동의도 변인 간 상관관계 분석에서도 통계적 유의한 상관관계를 나타내었다.

두 번째, 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향으로는 위생요인, 시술결과요인, 편리성요인 순으로 유의하게 영향을 주었다. 이는 선택속성 중 위생요인, 시술결과, 접근 편리성이 만족함을 느낄 때 지속적인 구매행동으로 이어지는 결과를 도출하였다.

세 번째, 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도의 조절효과를 확인하였고 외모만족도의 수준이 높을수록 구매행동의도가 높아지는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 두피미세색소요법

(S.M.P)선택속성이 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도 요인이 중요한 조절 효과라는 결과를 도출하였다.

또한, 본 연구의 결과를 통하여 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성의 중요도에서 가장 높은 평균치 결과는 ‘기술자의 요인’으로 나타났다. 본 연구자가 연구 초기에 예측했던 항목은 두피미세색소요법(S.M.P) 기술 시 소요되는 비용적인 측면이었다. 그러나 S.M.P 기술 시 다소 높은 가격적인 측면의 중요성보다 기술자의 전문성을 가장 우선시했다는 것이다. 그만큼 기술자의 풍부한 경험과 노하우 기술자의 전문성이 가장 중요하다고 나타났다는 것이다.

그다음은 부작용과 위생요인으로 자체적인 감염예방과 위생 관리지침 등 철저한 현장 위생관리와 이론교육 및 많은 실습을 통하여 전문성 있는 기술을 해야 한다는 결과를 보여준다. 현재 두피미세색소요법(S.M.P)의 자료는 미흡한 상태이지만 본 연구로 인하여 두피미세색소요법(S.M.P)의 인식을 높이고 향후 후속 연구의 기초 자료로 활용될 수 있다는데 의의를 가지며 다양한 기술 방법과 연구 등 지속적인 연구가 활발히 이루어지기를 기대한다.

【주요어】 두피미세색소요법(S.M.P), 선택속성, 구매행동의도, 외모만족도

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 필요성 및 목적	1
1.2 연구의 목적과 문제	3
1.3 주요 용어의 조작적 정의	4
II. 이론적 배경	6
2.1 반영구 화장의 역사	6
2.1.1 반영구화장의 개념 및 특성	7
2.1.2 반영구화장의 종류 및 기법	9
2.1.3 반영구 이미지	12
2.2 두피미세색소요법(S.M.P)의 개념	16
2.2.1 두피미세색소요법(S.M.P)의 정의 및 특성	16
2.2.2 두피미세색소요법(S.M.P)의 기법 및 사례들	19
2.3 선택속성	26
2.3.1 위생	26
2.3.2 시술자요인(기술력)	26
2.3.3 경제적요인(가격)	27
2.3.4 시술결과 요인(디자인, 만족도)	27
2.3.5 편리성 요인(접근성)	28
2.4 구매결정 요인	28
2.5 외모만족도	29

III. 연구방법	30
3.1 연구모형	30
3.2 연구가설	31
3.3 연구대상 및 표집방법	32
3.4 설문구성	33
3.5 자료분석방법	36
IV. 연구결과	37
4.1 조사대상의 일반적 사항	37
4.2 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 분석	45
4.3 인구사회학적 특성에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 ...	50
4.4 변수들의 상관관계 분석	63
4.5 S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향	65
4.6 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향	67
4.7 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 관계에서 외모만족도 조절효과	70
V. 결 론	72
5.1 연구의 결과 요약	72
5.2 연구의 제한점	73
5.3 제언	74
참 고 문 헌	75
부 록[설문지]	81

ABSTRACT	87
----------------	----

표 목 차

[표 2-1] 연구자별 반영구화장의 정의	8
[표 2-2] 반영구화장의 종류 및 기법	9
[표 2-3] 반영구 종류 및 기법과 시술 전/후 이미지	12
[표 2-4] 두피미세색소요법(S.M.P) 부위별 사례 이미지	20
[표 3-1] 설문지의 구성 및 출처	33
[표 4-1] 일반적 특성	38
[표 4-2] 두피미세색소요법(S.M.P)정보	40
[표 4-3] 중요도 기술통계(N=416)	42
[표 4-4] 각 변인의 기술통계(N=416)	44
[표 4-5] S.M.P 선택속성 질문지 요인분석 결과	47
[표 4-6] 외모만족도 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과	48
[표 4-7] 구매행동의도 요인분석 결과	49
[표 4-8] 성별에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과	51
[표 4-9] 연령에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 지속행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과	53
[표 4-10] 결혼유무에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석 결과	56
[표 4-11] 최종학력에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석 결과	58
[표 4-12] 월 소득에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 지속행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과	61
[표 4-13] 변수들 간 상관관계 분석 결과	64

[표 4-14] S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향	66
[표 4-15] S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향	68
[표 4-16] 외모만족도가 구매행동의도에 미치는 영향	69
[표 4-17] S.M.P 선택속성이 구매의도행동에서 외모만족도 조절효과	71

그림 목 차

[그림 2-1] 세계모발이식 학회지	17
[그림 2-2] 두피미세색소요법(S.M.P)의 DOT 기법	19
[그림 3-1] 연구모형	30

I. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

인간에게 있어 아름답고 멋진 외모는 자신감을 가지게 하며 타인으로부터 호감을 불러일으킨다. 최근 현대인들은 건강과 기대수명 증가에 따라 좀 더 자신을 젊고 아름답게 가꾸는 방법에 대해 관심을 가지고 있다. 또한 외모가 경쟁력이라는 표현이 대두되면서 외모의 중요성이 부각되었으며 자신의 외모 개선을 위해 화장, 성형, 운동, 다이어트 등 외적 스타일링을 위한 새로운 소비패턴이 자리 잡고 있다고 해도 과언이 아니다. 그중 자기를 표현하는 방식에 있어 헤어스타일은 중요한 요소라 할 수 있다.¹⁾ 특히, 모발은 개인의 인상이나 이미지뿐만 아니라 자존감을 부여해 주는 요소로서 외모에 많은 비중을 차지하였다. 외모관리에 있어 민감하고 고민거리 중에서 적잖은 부분을 차지하는 것이 바로 ‘탈모’라고 할 수 있다.

탈모라고 하면 대머리, 민둥머리 등으로 남성들의 전유물처럼 여겨왔던 것들이 최근에는 소아, 청소년, 여성들로 확장되고 있는 추세이다. 이런 현상은 복잡한 사회구조에 따른 정신적, 환경적, 호르몬 변화에 기인한 것으로 볼 수 있으며 이는 유전적인 요인과 동시에 비유전적인 요인이 중요한 원인으로 나타나게 되었다. 노화 및 계절의 변화가 진행되면서 자연스럽게 머리카락이 줄어드는 경우도 있지만 질병, 스트레스, 출산 등으로 인한 여러 요인으로 인해 탈모인이 급격하게 늘어나는 현상이라 볼 수 있다.²⁾

모발은 자기 자신을 표현하는 중요한 수단이기도 하면서 외모에 많은 영

1) 한주연(2021). 여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 헤어스타일 행동 및 불임머리 이용 의도에 미치는 영향, 서경대학교 일반대학원 석사학위 논문

2) 정하나(2012) 탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구 남부대학교 교육대학원 교육석사학위 논문

향을 준다. 또한 외부 자극으로부터 피부를 보호하며, 추위와 더위, 물리적 충격, 자외선으로부터 머리를 보호하는 기능, 신체에 불필요한 비소, 수은, 아연 등의 중금속을 흡수하여 체외로 배출하는 기능도 가지고 있다.

외모를 중시하는 요즘 탈모로 고민하는 사람이 국민건강보험에 따르면 잠재적 탈모 환자를 포함한 대한민국 탈모인구는 2017년 기준 1000만 명이 넘어선 것으로 나타났다. 여성 탈모 환자 비율도 약 45%로 상당수를 차지하고 있고 유. 소아, 청소년 20대(21.9%), 30대(26.9%), 40대(22.1%) 등 젊은 연령층으로 낮아지고 있는 추세였다³⁾.

탈모는 취업 시장에서 부정적인 평가를 받거나 연애, 결혼 등에서 불이익을 받는 경우가 많다. 심할 경우 자존감 저하와 대인기피증 등 2차 질환을 일으켜 사회적으로 심각한 문제로 대두되고 있다.⁴⁾ 건강한 모발은 좋은 인상을 결정짓는 중요한 요소이므로 이미지 변화에 큰 영향을 주며 자신감과 자존감의 문제로 대두되고 있었다.

탈모를 커버하는 시술 중에는 모발이식, 증모술, 가발, 흑채, 반영구화장 등 다양하게 있지만 두피미세색소요법(S.M.P)은 “탈모가 진행되거나 반모 부위에 모근이나 머리카락처럼 보이도록 도트 형태로 표현하는 시술 기법”으로 반영구화장과는 또 다른 시술 방법으로는 한 번의 시술로 장기간 유지할 수 있다는 큰 장점 있다. 가격대가 일반 반영구화장과는 큰 차이가 있음에도 불구하고 탈모시장에 화두가 될 만큼 관심이 높아지고 있다. 그러나 지금까지의 선행 연구로는 반영구화장에 대한 연구가 대부분이었다. 따라서 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)을 경험한 소비자들의 시술 시 중요도를 분석하여 두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 만족과 부족한 점이 무엇인지를 파악하여 개선할 필요가 있다.

본 연구에서는 반영구화장 및 두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 선행논문과 문헌조사를 통해 이론적 적립을 하고자 하며 두피미세색소요법(S.M.P)의 경험이 있는 소비자를 대상으로 선택속성 및 구매행동의도에 대한 관계를 조

3) 건강 심사 평가원 통계

4) 매경LUXMEN 제106호 (2019년 7월) 기사

사하고 앞으로 발전 가능성과 마케팅 전략 수립에 대한 기초자료를 제공하고 자 한다.

1.2 연구 목적과 문제

본 연구는 30-50 대 이상 남·여의 탈모인들을 대상으로 하여 탈모인들의 일반적 특성을 알아보고 탈모인들의 두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 선택 속성을 통해 두피미세색소요법(S.M.P)의 구매행동의도에 대해 알아보고자 한다. 또한 탈모인들의 두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 외모만족도가 구매행동의도에 영향을 미치는 과정에서 외모만족도가 조절역할을 하는지 검증하고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위한 연구 문제는 다음과 같다.

〈연구문제 1〉탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 간의 관계가 어떠한가?

〈연구문제 2〉두피미세색소요법(S.M.P)선택속성이 구매행동의도에 영향을 미치는가?

〈연구문제3〉두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도와외의 관계에서 외모만족도가 조절효과를 보이는가?

1.3 주요 용어의 조작적 정의

본 연구에 대한 올바른 이해와 해석을 위하여 변수의 개념 정의를 다음과 같이 정하고자 한다.

1.3.1 두피미세색소요법(Scalp Micro Pigmentation)

최지원⁵⁾의 연구에서는 두피미세색소요법을 두피 반영구화장으로 정의를 하였으며 정수리 탈모, 민머리로 머리카락의 굵기가 가늘어지거나 밀도가 약 해지면서 두피가 비어 보이는 현상을 해결하기 위해 활용하는 기술로 설명하였다.

본 연구에서 정의하는 두피미세색소요법(S.M.P) 선택 속성 만족도는 기술을 하고자 할 때 소비자의 의사결정에 영향을 주는 요인으로 환경적 요인, 가격, 기술자의 전문성과 기술력, 신뢰성 등의 속성에 대한 만족도라고 조작적 정의한다.

1.3.2 두피미세색소요법(S.M.P) 선택속성

선택 속성이란 고객의 상품 구매 시 선택의 속성에 대한 태도를 파악하기 위한 핵심 주제라고 오정학, 고호석⁶⁾ 와 김수정⁷⁾ 연구에서 정의하였다. 소비자의 선택 행동이 선택의 요인과 밀접한 관계가 있으며 소비자의 행동을 분석하여 고객 접근 방법을 강구하는 핵심 요소로써 선택 속성의 파악이 중요하다고 하였다.

본 연구에서 정의하는 두피미세색소요법(S.M.P) 선택속성이란 두피미세색소요법(S.M.P)을 기술받고자 할 때 소비자의 구매의사결정에 미치는 영향 요

5) 최지원(2021). 두피 반영구화장의 만족도에 대한 연구. 신라대학교 산업융합대학원 석사학위논문.

6) 오정학, 고호석(2009). 중요도-만족도 변환지수를 이용한 패밀리레스토랑 선택속성 만족도와 고객 충성도에 관한 연구. 외식경영연구. 12:4, pp. 194-196

7) 김수정(2021). 속성에 따른 브랜드 인지도의 고객만족도와 재방문의도에 관한 연구 : 뷰티산업을 중심으로, 가톨릭관동대학교 일반대학원 박사학위논문

인을 말하며 선택속성에는 위생요인, 가격요인, 시술자의 전문성과 기술력, 신뢰성, 시술결과, 접근성 등으로 조작적 정의한다.

1.3.3 외모만족도

이주아(2006)의 연구에서 외모만족도는 주로 외적인 아름다움과 동일시되는 매력을 말하며 매력적인 외모는 후광효과를 가져서 대인관계에 영향을 미친다고 하였다.⁸⁾ 아름다운 외모를 가지면 더 행복하고 더 성공하며, 더 현명하고 더 사교적이라고 평가한다. 그래서 많은 사람들이 아름다운 외모를 가지려고 노력한다.⁹⁾

본 연구에서 외모만족도란 두피미세색소요법(S.M.P)의 경험자, 즉 소비자들이 시술 후 자기 스스로 외모에 대한 만족을 느끼고 능동적으로 살아가게 되며, 외모로 인해 사회생활에서도 자신감을 가질 수 있는 것으로 조작적 정의한다.

1.3.4 구매행동의도

구매행동의도란 김한나(2020)의 연구에서는 제품에 대한 소비자의 구매가능성 또는 구매 의지를 말하는 것으로 구매의사 결정 과정을 통해 형성되며 소비자의 구매 패턴을 예측, 파악할 수 있어 기업에서는 매우 중요한 요소라고 정의하였다.¹⁰⁾

본 연구에서는 구매행동의도를 소비자들의 주관적 태도로서 두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 만족 정도, 재구매 가능성과 구매하고자 하는 타인에게 소개하고자 하는 추천 의도를 포괄적으로 함축한 의미로서 실제로 소비 경향을 결정짓는 과정으로 조작적 정의한다.

8) 이주아(2005). 아동기의 외모만족도에 대한 사회문화적 영향. 서울여자대학교 석사학위논문

9) 김성희(2005). 고등학생의 외모만족도와 대인관계, 자기주장성 및 학업 성취도와의 관계 분석. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문

10) 김한나(2020). 소비자의 소비가치가 맞춤형화장품 구매행동의도의 관계에서 구매결정속성의 매개효과, 서경대학교 일반대학원 석사학위논문

Ⅱ. 이론적 배경

2. 반영구 화장과 두피미세색소요법(S.M.P)의 차이

2.1 반영구 화장의 역사

반영구화장의 시작은 문신으로부터 시작되었다. 문신의 역사에는 신분의 차이, 민족의 구분, 자기 과시, 노예의 각인 등의 목적도 있었지만 또 다른 기능은 미적인 아름다움을 표현하는 예술적인 표현방식이었다.¹¹⁾

반영구 화장의 역사는 뾰족한 기구를 사용하여 피부를 찌른 후 착색을 해서 색상을 유지시켰던 문신과 상관관계가 매우 깊다고 볼 수 있다. 고대 그리스와 로마에서는 문신이 상징적인 의미로 사용되었고, 일본의 18세기 에도시대에는 문화적 배경과 그림을 복제하여 새기는 그림 스타일의 문신이 유행하였다.

1970년대 말쯤 세계의 문신사들이 미용을 목적으로 염료를 재구성하여 제공하기 시작한 것이라 할 수 있다.¹²⁾ 찰스 주워 링(Charles S. Zwserling)이 1986년 미세침착술 이라는 책을 발간함으로써 반영구 화장의 시장은 더욱더 활발하게 확산되어갔다.¹³⁾

우리나라 초기의 반영구 화장은 1970년대 말 대만과 중국에서 도입되었고 초기의 반영구 화장은 문신 형태로 자연스럽지 못했고, 시간이 지날수록 색상이 회색으로 변해서 수정이 불가능 했다.¹⁴⁾

반영구 화장이라는 용어는 2001년경부터 사용되었고, 활성화되고 본격화되기 시작한 시기는 반영구 화장 협회가 창설된 2002년 시점이었다.¹⁵⁾

11) 조현설.(2003). 문신의 역사 p38

12) 김연진(2018) 반영구메이크업 대한의학, 서울

13) 찰스 즈워링 <http://charleszwerling.com>

14) 진은주(2015) 미인만들기, 시대인, 서울.(단행본).

15) 김도현(2012) 세미퍼머넌트 메이크업에 대한 고객인식도 변화에 관한 연구. 석사학위논문. 한성대학교.

2.1.1 반영구화장의 개념 및 특성

반영구화장은 일반 메이크업에 비해 지속력이 강한 메이크업으로 천연원료를 사용하여 표피층까지만 색소를 주입하는 기술을 통하여 땀이 나 물에 지워지지 않고 오랫동안 유지시켜주는 화장 기법으로 어디서나 화장한 듯한 효과를 연출할 수 있고, 신체에는 결점을 보완하기 위한 목적으로 시술할 수 있는 것이라고 할 수 있다.¹⁶⁾

각국마다 용어는 조금씩 차이가 있다. 미국에서는 퍼머넌트 메이크업(Permanent Make-up) 또는 세미 퍼머넌트 메이크업(semi permanent make-up), 유럽에서는 컨투어 메이크업(contour make-up), 일본에서는 아트 메이크업(art make-up), 롱 타임 메이크업(long-timemake-up), 마이크로 픽크멘 테이션(micro pigmentation), 미세 색소 침착 술로 불리고 있다.¹⁷⁾

우리나라에는 반영구화장(Semi-Permanent Make-up)이라는 용어를 사용한다. 이는 문신이라는 부정적인 인식과 두려움을 가지고 있기 때문에, 차별성을 두기 위해서 새로운 개념으로 반영구 화장이라는 용어를 사용한 것이다.¹⁸⁾

반영구화장의 개념은 [표 2-1]에서 보이듯이 선행 논문들의 연구들이 많지 않고 개념 또 한 크게 다르지 않다.

연구자들마다 약간의 차이점은 있으나, 반영구화장은 문신의 형식을 빌려온 화장술로, 주로 얼굴에 시행하는 지속력이 있는 화장이며, 천연원료를 사용하여 표피 기저층 상부에 색소를 착색시키며 색소를 주입하는 기술을 통해 맨얼굴에도 화장 효과를 연출할 수 있고, 신체에는 결점을 보완하기 위한 목적으로 시행할 수 있는 것이라고 할 수 있다.¹⁹⁾ 반영구화장은 표피상에서 메이크업이 이루어지기 때문에 표피와 진피층의 피부세포가 신진대사를 거듭하면서 세포의 탈각화로 2~3년에 걸쳐 서서히 자연스럽게 색이 빠져²⁰⁾ 시대에

16) 조소영(2013) 효과적인 눈썹 보정을 위한 세미퍼머넌트메이크업 서경대학교 석사학위 논문 p15-22

17) 송연숙,함주옥(2004) The Art of Semipermanent Make-up 대경출판사 서울 p84-87

18) 이지영(2005) 반영구화장과 문신 비교 연구 한남대학교 석사학위논문 p12-13

19) 조소영(2013) 효과적인 눈썹보정을 위한 반영구 특수메이크업 기법 연구 p19

20) 김진,장희진(2011) 세미퍼머넌트메이크업. 서울:훈민사 p15-17

따른 유행에 부응할 수 있으며 세월에 따른 개인의 노화에 맞추어 새로운 스타일을 적용할 수 있는 시술이고 진피층 깊은 곳에 시술하는 문신과 전혀 다른 개념의 미용 기술이다.²¹⁾

[표 2-1] 연구자별 반영구화장의 정의

연구자	년도	연구 내용
송연숙 함주옥	2003	표피층에서 메이크업이 진행된다. 피부의 표피층 세포가 신진대사를 거듭하면서 세포의 탈각화로 서서히 자연스럽게 색이 빠진다. 피부의 진피층 깊은 곳에 시술하는 문신과는 전혀 다른 개념이다.
고혜정 김용선	2003	피부 표피층에 미세 색소술(Micro pigmentation)을 주입시켜 3년에서 5년 정도의 효과를 지속시키는 것이다.
장사라	2003	일반 메이크업에 비해 영구적이면서 지속력이 강한 메이크업으로 첫인상의 이미지를 부각시켜 젊어 보이는 특수 화장법이다.
함은주	2004	일반 메이크업 보다 땀이나 물에 지워지지 않아 ‘오래가는 화장’이라고 할 수 있다.
이지영	2006	문신과 달리 주로 얼굴에 미용적인 목적으로 행하며 신체에 행할 때는 치유나 미관손상회복을 목적으로 부분적으로 행한다.
김희경	2007	지속력이 강한 메이크업으로 일반화장이 지니고 있는 단기적인 메이크업 및 일회성이 아닌 약3년에서 5년이 경과 하면 자연스럽게 없어지는 화장법이다.
김도연	2012	눈썹, 아이라인, 입술 등에 1회에서 2회 정도의 터치방법이나 색소에 따라 3개월에서 3년정도 유지되는 화장법이다.
박주령	2018	반영구화장에 쓰이는 전용 도구에 천연원료를 사용하여 표피에서 과립층까지 주입시켜 메이크업의 효과와 신체 결합까지 보완해 주는 것이다.

21) 진은주(2015) 눈썹 반영구 기법에 따른 고객만족도 및 통증연구. 건국대 산업대학원 석사학위논문. p16

2.1.2 반영구화장의 종류 및 기법

[표 2-2] 반영구화장의 종류 및 기법

종류	기법	장점/단점
눈썹	자연 눈썹	펜 기법으로 극강의 자연스러움으로 실제 자기 눈썹과 같은 표현이 가능하다. 시술 시간이 다른 시술에 비해 비교적 많이 짧다. 사람마다의 차이점은 있으나 통증이 동반되는 것이 단점이다. 또한 유지 기간이 상당히 짧다. 잘못 시술될 시에는 빗살무늬로 상처가 남게 된다.
	화장 눈썹	머신기법 으로 가장 기본적인 시술 방법으로 문신과 동일한 방법이다. 기기를 이용하여 시술시간을 단축시킬 수 있다. 피부에 머신을 이용해 자동으로 피스톤 운동을 하여 색소를 주입하는 방법이다. 유지 기간이 다른 시술에 비해 긴 편이다. 시술 후 일주일 동안은 진하므로 탈각 이전까지는 많이 진한 느낌이 있다. 남자의 경우 화장 눈썹을 시술할 경우 여성스러운 느낌이 들 수도 있다. 시술 중 피와 진물이 날 수 있으며, 색소의 변색 또는 번짐 현상으로 인해 얼룩이 자주 일어난다.
	수지 눈썹	기계를 사용하는 게 아니라 손으로 사용한다. 소리에 민감한 고객에게 적용하기 좋다. 머신보다 부드럽게 표현된다. 통증이 거의 없다. 점묘로 다 찍어내기 때문에 시간이 오래 걸린다. 시술자의 숙련도에 따라 결과 차이가 크다. 일정한 압력으로 점을 찍어야 하기 때문에 얼룩덜룩할 수 있다.

종류	기법	장점/단점
눈썹	콤보 눈썹	엠보기법의 선과 그라데이션 면기법 두 가지 기법을 사용한다. 선을 이용한 엠보기법은 빨리 지워지는 단점이 있고 오래가는 그라데이션기법의 장점이 합쳐져 눈썹 술이 많이 없는 사람, 잔흔이 있는 눈썹 위에 사용하면 보완 수정이 가능한 기법이다. 엠보기법보다 지속성이 오래간다.
		두 가지 기법이 들어가기 때문에 시술 직후부터 탈각이 이루어질 때까지는 부자연스러운 과정이 있다.

종류	기법	장점/단점
아이 라인	머신 기법	머신기법으로 선명하고 또렷한 눈매를 연출할 수 있다. 눈매를 길고 깊어 보이게 한다. 노화로 처지는 현상을 아이라인 시술로 보정해 줄 수 있다.
		사람마다 차이점이 있지만 통증을 동반한다. 눈 가까이 하는 시술이라 공포심으로 시술 자체에 거부감을 느끼는 고객들이 많다.
입술	머신 기법	머신기법으로 입술 라인을 교정하거나 입술에 전체적으로 균등하게 색소를 입히는 것이다. 옅은 입술은 선명하고 생기 있어 보이게 만들 수 있고 어두운색의 입술은 색상을 입힘으로써 얼굴 전체를 밝게 해주는 효과가 있다.
		무통 시술도 있지만 대체적으로 통증을 동반한다. 알레르기를 일으킬 수 있고, 무리한 시술 시 헤르페스균이 올라와 기포가 생겨 흉터가 생길 수 있다. 시술시간이 길다.
헤어 라인	펜기법	펜으로 시술하며 엠보기법이라고도 부른다. 주로 M자 이마에 시술하며 라인 기법으로 머리색과 같은 색상으로 작업을 한다. 시술 시 자연스럽고 머리술이 많아 보이는 효과가 있다.
		사람마다 다르지만 통증을 호소하는 사람들이 많다. 시술 후 붉은색 잔흔으로 오히려 더 지저분해 보일 수 있는 단점이 있다.

2.1.3 반영구 이미지

[표 2-3] 반영구 종류 및 기법과 시술 전/후 사진

종류	기법	시술 전/후
눈썹	자연 눈썹	
		
	수지 눈썹	
		
		사진출처:연구자

종류	기법	시술 전/후
눈썹	화장 눈썹	
		
	콤보 눈썹	
		
		사진출처:연구자

종류	기법	시술 전/후
아이 라인	머신 기법	
		
입술	머신 기법	
		
		사진출처:연구자

종류	기법	시술 전/후
헤어 라인	펜기법	
		
		사진출처:연구자

2.2 두피미세색소요법(S.M.P)의 개념

2.2.1 두피미세색소요법(S.M.P)의 정의 및 특성

1)정의

두피 문신은 청동기 시대부터 현대 시대까지 두피의 질환이나 흉터, 탈모 등에 시술하는 것으로 시작이 되었으며, 2001년 트라 키나 의사가 두피 흉터 커버를 위해 두피에 타투시술을 처음 발표를 하였으며, 그 당시 기존의 타투 시술 방법과 두피에 시술하는 방법의 차이점을 알지 못해 결과는 만족하지 못하였다.

2010년 세계모발이식 학회(ISHRS)에서 SMP에 논문이 발표되며 처음으로 상용화되고, 2011년 12월 세계모발이식 학회지에 SMP 표지논문으로 선정되었다. 타투, 퍼머넌트 메이크업(PMU)과 반영구 메이크업(SPMU) 과는 차이가 있지만, 이러한 차이에서 두피미세색소요법(S.M.P)이 발전한 것이다.

S.M.P는 (Scalp Micro Pigmentation)두피미세색소요법으로 모공에 가장 작은 점을 찍어 색소를 삽입하여 비수술적 방법으로 시각적으로 가장 큰 효과를 볼 수 있다. 두피미세색소요법(S.M.P)은 해석 그대로 두피에 문신을 새기는 것이지만 일반적인 문신과는 니들이 들어가는 깊이와, 시술의 방식이 전혀 다르다.²²⁾

펜 타입의 머신으로 두피에 모근과 같은 점, 또는 머리카락과 같은 라인을 새겨 넣는 시술이다. 미세한 바늘로 두피의 표피와 진피의 경계(0.8~1.5mm) 깊이에 색소를 주입하는 과정이다. 바늘이 두피에 찌르는 깊이와 머물러 있는 시간에 따라서 도트의 크기를 조절한다. 하지만 글의 해석처럼 쉬운 기술은 아니다. 니들을 너무 깊게 오래 머무르게 된다면 시간이 지나면서 색소가 퍼져서 의도했던 도트보다 더 커질 수도 있다. 반대로 니들을 너무 얇게 넣게 되거나 짧은 시간에 머무르게 된다면 색소가 주입되지 않아서 발색이 되지 않거나 각질이 탈각 되면서 색소가 같이 떨어져 나갈 수 있다. 이러한

22) https://m.blog.naver.com/momo_dot_/222440091402 2021.07.21.momodot

기술적인 부분에서 시술자의 실력이 판가름 되는 기술이다.

이러한 도트들을 불규칙적인 간격으로 원하는 시술 부위 전체에 찍는다.

4-8주 사이로 찍은 도트와 모근 사이에 반복적으로 도트를 찍게 되면 명암이 생겨서 모근과 같은 입체적인 느낌으로 보이게 된다.

두피미세색소요법(S.M.P)은 단순히 도트를 찍는 것은 아니다. 두피의 상태와 타입에 따라 탈각률이 다르게 나타나며 색소가 잘 흡수되는 두피와 그렇지 않은 두피에 따라서 수압 조절과 머무르는 시간이 달라야 하고 머리카락이 있는 곳과 비어있는 곳의 밀도를 잘 맞춰야 자연스럽게 톤을 연출할 수 있다.²³⁾



[그림 2-1] 세계모발이식 학회지

23) <http://dotorismp.tistory.com/1>

2)특성

두피미세색소요법(S.M.P) 1회 시술로 유지되는 기간은 피부 타입에 따라 짧게는 5~8년 정도 대략 길게는 10~16년 정도 유지된다고 볼 수 있으며 시간이 흐를수록 열리는 기법이다. 색소가 열어질 수는 있지만 없어지지는 않는다. 남성과 여성의 모발의 차이가 노화 및 유전적요인에 차이가 있으며 여성의 경우는 출산, 호르몬의 변화, 병적 요인으로 다양한 탈모가 주된 요인이며 남성의 경우는 유전적인 요인, 병적 요인, 자발적인 요인 등으로 나눌 수 있다.

두피미세색소요법(S.M.P) 장점으로는 현재 진행형에서 미래진행형까지 고려하여 미리 시술 보완이 가능하다는 것이 장점이라고 할 수 있다.

탈모가 시작이 되면 머리카락의 볼륨이 줄어들고 두피가 많이 보이게 된다. 두피가 비치는 경우는 두피미세색소요법(S.M.P)이 효과적이다.

두피미세색소요법(S.M.P)은 실제 모발 같은 밀도를 표현할 수 있기 때문에 자연스럽게 보이는 것 이 가장 큰 장점 중에 하나이다.

탈모치료 중 모발이식으로 하는 치료보다 통증이 적고 비용이 낮은 편이다. 모발이 자라나는 시간을 기다릴 필요가 없기 때문에 모발이식보다는 간편한 시술이라고 할 수 있다. 별도의 마취를 할 필요가 없고, 출혈이나 딱지가 생기지 않기 때문에 시술 다음날부터 바로 샴푸가 가능하다.

니들을 이용하여 두피에 색소를 넣은 만큼, 니들의 깊이와 색소의 양을 조절할 수가 있어 번지거나 퍼지지 않게 작업을 할 수가 있다. 또한 모낭과 모낭 사이에 시술을 하기 때문에 기존에 있는 모발이나 모낭을 손상시키지 않게 작업을 할 수 있다는 게 특징이다.

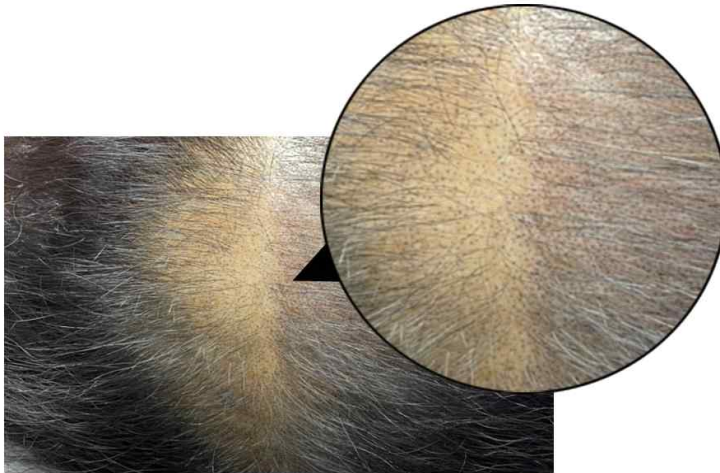
정확한 시술을 받게 된다면 문제가 되진 않지만 잘못된 시술로 퍼짐 현상이나 도트의 뭉침 등으로 시술이 잘못돼서 제거를 해야 할 경우 머리카락과 도트가 함께 있어, 일반적인 문신을 제거하는 것보다 더 어려울 수 있고, 시술 과정에서 모낭 손상이 큰 편이므로 정확한 시술이 중요하다.

2.2.2 두피미세색소요법(S.M.P)의 기법 및 사례들

2.2.2.1 두피미세색소요법(S.M.P)의 기법 및 사례들

타투용 머신으로 두피에 0.8mm~1.5mm 내 잉크를 주입하는 형태로 DOT를 찍어 모근처럼 보이게 하는 기법이다. 한국인의 평균 모낭 깊이는 4mm~6mm 내외인데 두피미세색소요법(S.M.P)의 깊이는 0.8mm~1.5mm 내외이기 때문에 모낭에 손상을 주지 않는다.

머신으로 실제 모근과 동일한 두께로 DOT를 찍어서 머리숱이 풍성해 보이도록 하며, 개개인의 두피 컨디션과 머리카락의 두께와 밀도, 색소침착/탈각률에 대한 정확한 이해가 필요하고 수압과 밀도를 미세하게 조절해야 하는 섬세한 테크닉이 필요한 기술이다.²⁴⁾



[그림 2-2] 두피미세색소요법(S.M.P)의 DOT 기법

24) <http://talmowang.com/sub/sub0202.php> 탈모왕 홈페이지

[표 2-4] 두피미세색소요법(S.M.P) 부위별 사례 이미지

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들	
삭발	
	
	
사진출처: https://talmowang.com/	

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들

남자
정수리



여자
정수리



사진출처:연구자

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들

여자
가르마



사진출처:<https://talmowang.com/>

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들

흉터
커버



사진출처:<https://talmowang.com/>

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들

헤어
라인



사진출처:<https://talmowang.com/>

헤어
라인



사진출처:연구자

두피미세색소요법(S.M.P) 사례들

구렛
나루



사진출처:<https://talmowang.com/>

2.3 선택속성

속성이란 사물의 본질을 무형적, 유형적 특징과 성질을 나타내는 것으로 기능적, 물리적 뿐만 아니라 구매자의 의도에 객관적 속성과 주관적으로 판단하고 이해하는 심리적 속성까지 포함하는 것을 의미하는 것이다.

속성은 소비자가 상품의 구매 결정 여부의 만족과 불만족의 경험에 의해 나뉘지며 속성 지각에 영향을 주는 것은 가격, 전문성, 기술력, 신뢰성, 시술 후기, 만족도 등으로 나뉘 볼 수 있다.²⁵⁾

2.3.1 위생

위생이란 건강보전과 유지와 증진, 질병 예방과 치유에 힘을쓰며 사회의 환경을 좋게 하는 일을 말한다.²⁶⁾ 공중위생은 사회 일반의 공동질병을 예방하며 건강을 유지, 증진하기 위하여 실시하는 위생이다.²⁷⁾ 미용에 있어서 질병을 미리 예방하고 다른 사람들에게 감염되는 것을 방지하기 위해 위생관리가 필요하다. 위생관리는 업소의 환경이나 사용하는 도구들 그리고 미용업 종사자들의 관리가 중요하다.²⁸⁾ 위생은 이러한 내적 외적인 요인들의 문제를 예방하여 신체의 기능을 정상적으로 유지, 증진 시키는 과정이라 할 수 있다.

2.3.2 시술자요인(기술력)

2.3.2.1 전문성

전문성(지식)이란 어느 특정의 직무를 가지기 위해 훈련을 하거나 수행을 하는 과정에서 전문성을 인정받고 여러 가지 자격을 갖추는 것으로 시작이 되며 체계화된 이론을 바탕으로 기술과 지식 및 특성을 갖춘 사람이라 정의한다.

25) 전진화(2006) 와인 소비자의 선택속성의 만족도에 관한 연구 한국조리학회지 p88-105

26) 김순옥,김주선,백원홍(2000) 미용인을 위생법규. 정문각.

27) 네이버 국어사전 <https://dict.naver.com/>

28) 박현정(2010). 피부관리실의 이용실태 및 개선에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원. 석사학위논문

2.3.2.2 신뢰성

신뢰성이란 소비자의 구매의도의 만족을 미치는 중요한 변수로서 제품 구매 정보에 관련된 지식, 기술, 경험을 객관적인 정보와 신뢰성 있는 정보가 구매 결정에 긍정적인 영향을 줄 것이며 반대에는 부정적 영향을 주어 신뢰성이 낮아지는 것을 볼 수 있다. 긍정적인 영향을 주면 단골 고객이 될 것이고 부정적인 영향을 주면 재방문이 어렵고 블랙컨슈머를 만들게 될 것이다.

2.3.3 경제적요인(가격)

가격이란 제품의 가치와 서비스를 금액으로 환산하여 대가를 지불하는 것으로 소비자가 구매의사에서 가장 중요한 요인이다.

가격은 소비자들이 제품의 가치를 금전으로 교환하는 가치이자 구매 후 얻어지는 효용에 가치라 할 수 있으며 구매 결정에 큰 영향을 주는 것으로 서비스, 편익에 따른 주관적 가치와 구매심리를 고려하여 지각적 가치를 말하는 것이다.²⁹⁾ 가격이 높을수록 소비자들은 품질이 뛰어날 것으로 기대를 하며 생산자들 또한 최고의 품질을 만들기 위해 노력할 것이다.³⁰⁾

2.3.4 시술결과 요인(디자인, 만족도)

고객이 제품 및 서비스를 결정하기 위해 사용 전에 기대치를 정서적인 경험을 통하여 고객의 만족 지수를 주관적으로 평가하는 것을 말하는 것이다.

고객의 시술 후기는 각 개인의 주관적 가치와 시술의 만족도에 따른 결과치이다. 시술 후 만족도가 높은 고객은 구전 마케팅의 영향을 주어 홍보의 효과를 얻을 수 있으나, 불만족 고객은 재방문도 어렵고, 샵 이미지와 매출에도 부정적 영향을 주는 것이다.³¹⁾

29) 오선인(2020) 레드와인 소비자의 선택속성이 태도, 재구매의도, 구전효과에 미치는 영향에 관한 연구 세종대학교 석사학위논문 p19

30) 김성태(2013) 항공사의 지각된 가격과 서비스 품질이 신뢰, 고객만족, 이미지, 행동의도에 미치는 영향:FSC와 LCC 비교를 중심으로“ 경기대학교대학원 박사학위논문

소비자가 요구하는 관점에서 기술(디자인)을 수행함으로써 고객의 관심을 불러 모으고 아름다움을 극대화함으로써 소비자로부터 긍정적인 반응을 유도하는 것이다.³²⁾

2.3.5 편리성 요인(접근성)

접근성의 일반적인 의미의 개념은 어느 지역에서 어떤 종류로 시설의 접근 용이함의 정도를 말한다. 다양한 여러 곳의 분야에서 사용되고 있는 접근성은 교통 분야에서 초기에는 어느 한 지점에서 다른 지점으로 이동하는 이동의 개념으로 사용되었다. 이후의 접근성은 통행수요예측 모형의 변수로 사용되어 오면서 단순히 통행의 용이성이 아닌 통행인의 특정한 활동에 참여하게 되는 기회의 정도를 의미하는 것이다.³³⁾

2.4 구매결정 요인

구매결정요인의 개념은 상품에 대한 소비자의 의사결정에 영향을 주는 것으로 가격, 품질, 디자인, 브랜드 등 외적 요인이 있으며, 내적 요인으로 고객 가치, 성향을 평가하는 것을 말하며 소비자가 자신의 욕구를 만족하기 위해 구매 이전에 제품의 정보, 타제품과 비교, 평가하는 요인을 수집하고 결정하는 과정들을 의미하는 것이다.³⁴⁾

31) 강민주(2021) SNS마케팅이 화장품 구매결정 요인 및 구매만족도에 미치는 영향 선결대학교 교육대학원 석사학위논문 p29

32) 천위페이(2019) 화장품의 제품속성이 재구매의도에 미치는 영향:SNS 홍보활동 매개효과로,호남 대학교 경영대학원,석사학위 p12

33) 김민수(2014). 도시철도 접근성 지표 개발을 통한 도시철도 접근성 향상방안 서울과학기술대학교 철도전문대학원 석사학위

34) 김혜주(2021) 온라인 사이트를 통한 숙박 상품 구매자의 구매결정요인이 구매의도에 미치는 영향 세종대학교 석사학위논문 p12

2.5 외모만족도

외모의 사전적 의미는 “겉으로 드러나 보이는 모양”으로 외적으로부터 타인에게 보이는 모습을 말하며 개인의 스타일, 체형뿐 아니라 신체 각 부위에 보이는 모습이다. 외모만족도란 본인의 전반적인 신체의 상태를 표현하는 겉 모습의 만족감으로 자신감을 높여주며 일상생활의 큰 영향을 주고 타인에게 긍정적인 영향과 동기부여를 주는 것을 의미한다.³⁵⁾³⁶⁾

현대인들의 이상적인 외모만족도는 대중매체에 제시된 연예인이나 인플루언서 등의 미의 조건과 자신의 외모가 가까울수록 외모만족도는 높아진다.³⁷⁾

현재 미의 기준과 과거의 미의 기준에 비해 외적인 미의 가치를 높게 평가하므로 자아 존중감의 큰 영향을 주는 것이며 외적 미를 높이기 위해 헤어스타일, 패션 스타일, 성형, 다이어트, 피부미용, 메이크업 등 많은 노력과 시간을 투자하여야 한다.³⁸⁾ 이상적인 외모라는 것은 객관적인 평가 기준이 존재하지 않는다.

외모만족도는 객관적인 평가보다는 지극히 주관적인 평가 기준에서 타인들과 자신을 비교함으로써 불만족스러운 외모를 보충하려 노력을 하면서 자신의 긍정적인 노력의 인식을 통해 변화하고 사람들과의 상호 관계에서도 변화를 이끌어 가려 한다.³⁹⁾

결론적으로는 외모만족도는 개인이 일상생활에서부터 무수한 경험을 통해 자아의 형성과 자신의 표현을 주관적으로 나타내고 판단해지는 것을 말하는 것이다.

35) 이연숙(2006) 초등학생의 외모만족과 성이 자기효능감, 학교적응 및 성취동기에 미치는 영향
충남대학교 교육대학원 석사학위

36) 김균량,이완정(2006). 아동의 외모에 대한 관심과 외모 만족도에 따른 자기표현과 대인불안, 아동
과학리학회지, pp567-584

37) 허정문,김정엽(2012) 농촌중학생의 외모만족도가 학교적응에 미치는 영향에 관한 연구-대인관계와
자아존중감의 매개효과를 중심으로. 청소년학연구 p329-335

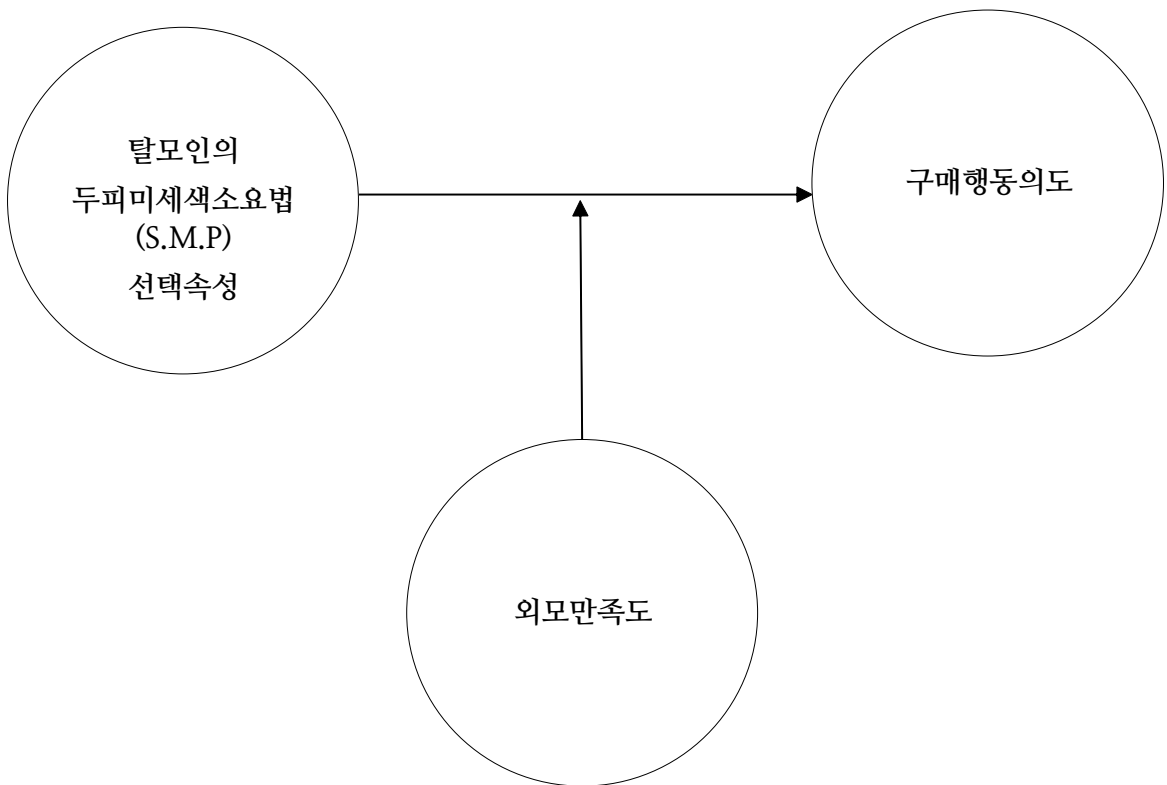
38) 홍금희(2006) 자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향.
한국의류학회지

39)백혜영,이선목(2003). 서원대생의 외모지상주의에 관한 연구. 서원대학교 학생생활연구집
p167-178

Ⅲ. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구에서는 탈모인의 두피미세색소요법(S,M.P) 선택속성이 구매행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하고자 한다. 또한 두피미세색소요법(S,M.) 선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도를 조절변인으로 설정하여 조절효과를 검증하고자 한다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 도출된 연구 모형 [그림 3-1] 은 다음 과 같다.



[그림 3-1] 연구 모형

3.2 연구 가설

위 연구 모형[그림 3-1]을 중심으로 가설을 설정하였다.

〈연구가설 1〉 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 간의 상호 유의한 관련성이 있을 것이다.

〈연구가설 2〉 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성은 구매행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

〈연구가설 3〉 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도는 조절 영향력을 미칠 것이다.

3.3 연구대상 및 표집방법

본 연구의 연구참여자는 서울, 경기지역의 30대-50대 이상의 두피미세색소요법(S.M.P) 시술 경험이 있는 성인 남녀 416명을 대상으로 조사하였다. 표집은 먼저 서울, 경기지역에서 두피미세색소요법(S.M.P) 시술 경험이 있는 남녀를 모집단으로 선정하고 이에 편의표집방법(convenience sampling method)을 채택하여 연구 참여자를 선정하였다.

연구 참여자 선정 및 조사는 2021년 8월 31일부터 2021년 11월 6일까지 10주간 실시하였다. 자료 수집 방법은 연구자의 솜을 방문한 고객과 두피미세색소요법(S.M.P) 학원을 통해 실시하였으며 연구의 취지와 방법을 설명한 후 설문지를 통하여 자료를 수집하였다.

한편 국내 코로나 19(COVID-19) 상황에서 연구 대상자가 대면 조사를 원하지 않을 경우 일부 비대면 조사도 병행 조사하였다. 비대면 조사는 이메일과 온라인 포털사이트 구글 설문지를 이용하여 조사되었다.

자료 수집 방법은 연구 참가자의 인권 및 윤리적인 문제를 고려하여 연구 목적과 의의를 설명하고 연구 참여에 동의한 대상자의 자기평가기입법(self-adminstration method)방법으로 자료를 수집하였으며, 완성된 설문지는 즉시 회수하였다. 설문조사에 참여한 연구 대상자 수는 총 443명이었으며, 불성실 답변 지 27부를 제외 한 성실 답변 설문지 416부를 분석에 사용하였다.

3.4 설문구성

3.4.1 설문지의 구성

본 연구에서의 자료 수집을 위한 척도는 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 이였다. 본 연구에서 변수들의 실증적 연구를 규명하기 위한 질문지 구성은 다음과 같습니다. [표 3-1]은 본 연구에 사용된 질문지의 구체적 정보를 나타내고 있다.

[표 3-1] 설문지의 구성 및 출처

구성지표	구성내용	문항 수	문항정보	척도	출처
인구통계학적 특성	성별 연령 결혼유무 학력 직업 월소득	6	1-4	명목 척도	연구자
SMP 정보	SMP 시술 이유	1	1-5	명목척도	연구자
	SMP 정보 취득	1	1-5		
	탈모개선노력	1	1-9		
	SMP 중요도	20	1-20	5점 Likert	
SMP선택속성	위생요인	20	1-4	5점 Likert	김미혜(2003) 이인해(2021) 한소영(2021)
	시술자요인		5-8		
	경제적요인		9-11		
	시술과정요인		12-14		
	시술결과요인		15-17		
	편리성(근접성)		18-20		
	외모만족도	4	1-4	5점 Likert	이인해(2021)
	구매행동의도	5	1-5	5점 Likert	박건희(2013)
합계		58			

3.4.2 일반적 특성

연구 참여자의 인구사회학적 특성을 알아보기 위하여 성별, 연령, 결혼 유무, 직업, 월평균 소득 6문항을 명목 척도로 구성하였다.

3.4.3 S.M.P 선택속성

본 연구에서 사용한 S.M.P 선택속성 척도는 이인해(2021)의 증모술 시술 후 만족도가 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향에서 사용한 증모시술 만족요인 속성 질문지와 한소영(2021)의 뷰티서비스 환경 영향요소가 고객충성도 및 고객이용의도에 미치는 영향에서 뷰티서비스 환경구성요인 중 접근성에 대한 질문지를 재구성하여 사용하였다.

본 질문지는 위생요인, 시술자요인, 경제적요인, 시술요인, 시술결과요인, 접근성 6개 하위요인 20문항, 5점 Likert 척도(1점 전혀아니다~5점 매우그렇다)로 구성하였다.

이인해(2021)의 연구에서 보고된 Cronbach's α 값은 위생요인 .827, 시술자요인 .825 경제적요인 .689, 시술과정요인 .792, 시술결과요인 .763와 한소영(2021)의 연구에서 보고된 Cronbach's α 값은 접근성 .695로 나타났다.

3.4.4 외모만족도

본 연구에서 사용한 외모만족도 척도는 이인해(2021)의 증모술 시술 후 만족도가 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향에서 사용한 증모 시술 후 만족도 요인의 질문지를 재구성하여 사용하였다. 이 질문지는 시술 후 만족도의 심리적 요인으로 4문항, 5점 Likert 척도(1점 전혀아니다~5점 매우그렇다)로 구성되어 있다. 이인해(2021)의 연구에서 보고된 Cronbach's α 값은 .785로 나타났다.

3.4.5 구매행동의도

본 연구에서 사용한 구매행동의도 척도는 박건희(2013)이 반영구 화장의 시술실태에 관한 연구에서 사용한 반영구 화장의 재시술 및 추천 의도에 대한 질문지를 재구성하여 사용하였다. 이 질문지는 재시술 및 추천의도에 대한 5문항, 5점 Likert 척도 (1점 전혀아니다- 5점 매우 그렇다) 구성되어있다. 박건희(2013) 에서 보고된 Cronbach's α 값은 .865 로 나타났다.

3.5 자료분석 방법

본 연구에서 설정된 연구문제를 검증하고 분석하기 위하여 각각 SPSS 26.0 version, AMOS 26.0 version 통계패키지 프로그램을 활용하여 기술통계(description), 탐색적 요인분석(EFA) 상관관계분석(correlation analysis), 다중회귀분석(multiple regression), 조절회귀분석(moderated regression) 분석을 실시하였다. 모든 통계적 유의 수준은 $p < .05$ 수준으로 설정하였다. 구체적인 통계 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 사용한 측정도구의 타당도 분석을 위하여 요인분석(Exploratory factor analysis)과 신뢰도 분석(Cronbach's α)을 실시하였다.

둘째, 본 연구의 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 변수 간 상호관련성을 분석하기 위하여 상관관계분석(Correlation analysis)을 실시하였다.

셋째, S.M.P 선택속성이 외모만족도와 구매행동의도에 미치는 영향관계를 규명하고자 다중회귀분석(multiple regression)을 실시하였다.

넷째, S.M.P 선택속성이 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과를 규명하고자 단순회귀분석(simple regression)을 실시하였다.

다섯째, S.M.P 선택속성이 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과를 규명하기 위하여 조절회귀분석(moderated regression)을 실시하였다.

IV. 연구결과

4.1 조사대상의 일반적 사항

4.1.1 일반적 특성

조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과 [표 4-1]과 같다.

먼저 성별은 남자가 248명 59.6%, 여자가 168명 40.4%로 남자가 여자보다 높은 비율을 나타내었다. 연령은 30대가 128명(30.84%), 40대가 168명(40.4%), 50대 이상이 120명(28.8%)로 40대가 가장 높은 빈도수를 나타내었다.

다음으로 결혼유무는 미혼이 152명 36.50%를 보였으며 기혼은 264명 63.5%로 기혼이 다소 높게 나타났다. 최종학력은 고등학교 졸업이 54명(13.0%), 전문대학교 졸업(재학)이 80명(16.4%), 대학교졸업(재학)이 238명(55.3%), 대학원졸업(재학)이 52명(12.5%)로 대학교졸업(재학)이 가장 높은 빈도수를 나타내었다.

마지막으로 월소득에 대한 질문에는 100-300만원 미만인 50명(12.0%), 300-500만원 미만 118명(28.4%), 500-700만원 미만 170명(40.9%), 700만원 이상 78명(18.8%)로 300-500만원 미만이 가장 높은 빈도수를 나타내었다.

[표 4-1] 일반적 특성

특성	구분	사례수	빈도(%)	누적빈도(%)
성별	남	248	59.6	59.6
	여	168	40.4	100
	계	416	100	
연령 (세)	30대	128	30.8	30.8
	40대	168	40.4	71.2
	50대 이상	120	28.8	100
	계	416	100	
결혼 유무	미혼	152	36.5	36.5
	기혼	264	63.5	100
	계	416	100	
학력	고등학교 졸업	54	13.0	13.0
	전문대졸업(재학)	80	16.4	32.2
	대학교졸업(재학)	238	55.3	87.5
	대학원졸업(재학)	52	12.5	100
	계	416	100	
월소득	100-300만원 미만	50	12.0	12.0
	300-500만원 미만	118	28.4	40.4
	500-700만원 미만	170	40.9	81.3
	700만원 이상	78	18.8	100
	계	416	100	

4.1.2 두피미세색소요법(S.M.P)정보

두피미세색소요법(S.M.P)에 대한 정보에 대한 빈도분석 [표 4-2]결과에서는 먼저 두피미세색소요법(S.M.P)시술 동기에서는 탈모 스트레스 156(37.5%)로 가장 높은 빈도를 나타내었으며, 지인 추천 132명(31.7%), 광고를 통해서 114명(27.4%) 순으로 나타났다.

두피미세색소요법(S.M.P)의 정보 취득처로 인스타그램이 148명 35.6%로 가장 높게 나타났으며 주변 지인 140명 33.7%, 유튜브 90명 21.6% 순으로 나타났다.

탈모 증상 개선 노력에 대한 복수응답(N=844) 결과에서는 탈모방지형 샴푸 교체 266명 31.5%로 가장 높은 빈도수를 나타내었으며 본인 스스로 노력 229명 27.1%, 탈모치료제 사용 136명 16.1%, 전문 두피관리실 이용 72명 8.5%, 두피 관리기기(디바이스) 51명 6.0%, 미용실 방문 두피 마사지 50명 5.9%, 가모(가발) 사용 20명 2.4%, 모발이식 11명 1.3%, MTS 사용 9명 1.1% 순으로 나타났다. 이 결과에서는 탈모완화를 위해 가장 쉽게 접근할 수 있는 방법이 일상에서 사용하는 샴푸변경이었을 것이며 그리고 식습관, 건강보조식품 등 민간요법으로 본인 스스로 노력을 해보다가 탈모치료제 사용과 같은 의약품, 기기, 전문 관리실을 찾게 된다는 것을 알 수 있다.

[표 4-2] 두피미세색소요법(S.M.P) 정보

특성	구분	사례수	빈도(%)	누적빈도(%)
S.M.P 동기	탈모스트레스	156	37.5	37.5
	지인추천	132	31.7	69.2
	미용실추천	2	.50	69.7
	광고를 통해서	114	27.4	97.1
	두피건강개선목적	12	2.9	100
	계	416	100	
S.M.P 정보 취득처	인스타그램	148	35.6	35.6
	유튜브	90	21.6	57.2
	블로그	28	6.7	63.9
	미용실	10	2.4	66.3
	주변 지인	140	33.7	100
	계	416	100	
탈모증상 개선노력 (복수응답) N=844	본인 스스로 노력	229	27.1	27.1
	전문두피관리실 이용	72	8.5	35.6
	미용실 방문 두피마사지	50	5.9	41.5
	탈모방지형 샴푸 교체	266	31.5	73.0
	탈모치료제 사용	136	16.1	89.1
	가모(가발) 사용	20	2.4	91.5
	모발이식	11	1.3	92.8
	두피 관리기기(디바이스)	51	6.0	98.9
	MTS	9	1.1	100
	계	844	100	

4.1.3 두피미세색소요법(S.M.P) 중요도

본 연구에서는 S.M.P가 외모만족도 및 구매행동의도에 미치는 영향을 규명 하기에 앞서 S.M.P 중요도에 대한 자료를 수집하였다. [표 4-3]은 본 연구의 S.M.P선택속성의 중요성에 대한 평균과 표준편차를 나타내고 있다.

먼저 S.M.P 선택속성 중요도의 20문항 중 가장 높은 평균치를 나타낸 문항을 살펴보면 ‘시술자의 풍부한 경험이 중요하다’ 문항이 M=4.89, SD=.31로 가

장 높은 평균치를 나타내었다. 다음으로 ‘여러 가지 부작용이 없어야 한다’ 문항이 $M=4.84$ $SD=.37$, ‘시술자의 풍부한 전문지식이 중요하다’ 문항이 $M=4.84$, $SD=.39$ 로 나타났다. 다음으로 ‘도구의 안전 상태가 중요하다’ 문항이 $M=4.75$, $SD=.49$, ‘도구의 위생이 중요하다’ 문항이 $M=4.59$, $SD=.57$ 로 나타났다. 다음으로 ‘시술자의 시술에 대한 자세한 설명이 중요하다’ 문항이 $M=4.56$, $SD=.31$, ‘시술 후 디자인이나 색상이 중요하다’ 문항이 $M=4.51$, $SD=.62$ 로 높은 평균치를 나타내었다.

한편 하위 요인별 평균을 살펴보면 시술자 요인($M=4.69$, $SD=.35$), 위생요인($M=4.47$, $SD=.53$), 시술 결과($M=4.40$, $SD=.57$), 시술 요인($M=4.38$, $SD=.53$), 경제적 요인($M=4.10$, $SD=.60$), 편리성 요인($M=3.31$, $SD=.86$) 순으로 나타났다.

결과적으로 탈모로 고민하는 소비자들의 S.M.P 선택속성 중요도에서 시술자요인이 높게 차지한다는 것은 경제적 요인이나 편리성(접근성) 요인 대신 시술자의 기술적인 관점과 전문적지식이 갖추어져 있는지를 판단하여 선택한다고 할 수 있다. 이런 시술자 요인이 갖추어지지 않으면 소비자로부터 외면당하고 과다 경쟁 상황에서 뒤처지게 될 것이므로 시술자의 지속적인 트렌드 연구와 학습, 기술교육 등이 이루어져야 할 것이다.

(시술자의 풍부한 경험과 전문성은 궁극적으로 충성도 높은 고객을 유치하고 나아가 경영성과에 영향을 미친다는 측면에서 중요하다고 할 수 있다.)

[표 4-3] 중요도 기술통계(N=416)

변인	요인	평균	표준 편차	전체 평균	표준 편차
위생 요인	시술장소의 위생이 중요하다	4.29	.74	4.47	.53
	도구의 위생이 중요하다	4.59	.57		
	도구의 안전 상태가 중요하다	4.75	.49		
	시술자의 위생 상태가 중요하다	4.26	.86		
기술자 요인	시술자의 풍부한 전문지식이 중요하다	4.84	.39	4.69	.35
	시술자의 풍부한 경험이 중요하다	4.89	.31		
	시술자의 시술에 대한 자세한 설명이 중요하다	4.56	.53		
	시술자의 신뢰성이 중요하다	4.49	.66		
경제적 요인	시술비용이 중요하다	4.27	.76	4.10	.60
	시술시간이 중요하다	3.55	.88		
	시술부위의 지속성(유지기간)이 중요하다	4.47	.67		
기술요 인	시술 시 통증이 적어야 한다	4.00	.76	4.38	.53
	여러 가지 부작용이 없어야 한다.	4.84	.37		
	시술 후 불편함이 없어야 한다.	4.31	.79		
기술결 과요인	시술 후 디자인이나 색상이 중요하다.	4.51	.62	4.40	.57
	외모의 결점 보완이 중요하다	4.42	.68		
	이미지 변화에 도움이 되어야한다	4.25	.73		
편리성 요인	대중교통의 이용 편리성이 중요하다	3.31	.99	3.31	.86
	주차장 이용의 편리성이 중요하다	3.44	1.02		
	집(직장)에서의 접근성이 중요하다	3.17	1.01		

4.1.4 두피미세색소요법(S.M.P) 각 변인의 기술통계

[표 4-4]은 S.M.P선택속성의 외모만족도, 구매행동의도의 변수 간 기술 통계를 나타내고 있다. S.M.P선택속성의 기술 통계를 살펴보면 위생 요인은 평균 $M=4.47$, $SD=.54$, 시술자요인 평균 $M=4.45$, $SD=.75$, 경제적 요인 평균은 $M=3.59$, $SD=.72$, 시술결과요인 평균은 $M=4.26$, $SD=.55$, 편리성 요인 평균은 $M=3.76$, $SD=.71$ 로 나타났다. 평균치의 결과를 토대로 살펴보면 S.M.P 선택 속성의 중요성은 위생요인, 시술자 요인, 시술 결과 요인, 편리성 요인, 경제적 요인 순으로 볼 수 있다.

다음으로 외모만족도 평균은 $M=4.18$, $SD=.57$ 로 나타났으며, 구매행동의도 평균은 $M=4.46$, $SD=.53$ 으로 나타났다.

한편 본 연구에 사용한 측정도구의 자료의 정규분포 및 편중성을 확인하기 위하여 첨도(Kurtosis), 왜도(Skewness)를 산출하였다. Kline(2011)에 의하면 왜도가 절댓값 3.0이상이거나 첨도가 절댓값 10.0 이상일 경우 정규성의 문제로 인해 왜곡된 결과가 도출될 수 있다고 하였다. 이러한 선행연구를 토대로 각 변수들 모두 첨도와 왜도를 확인한 결과 정규분포 가정을 만족하는 것으로 나타났다.

[표 4-4] 각 변인의 기술통계(N=416)

변인	요인	평균	표준편차	왜도	첨도
SMP 선택속성	위생요인	4.47	.54	-.578	-.743
	시술자요인	4.45	.75	-1.537	1.457
	경제적요인	3.59	.72	-.385	.288
	시술결과요인	4.26	.55	-.823	3.032
	편리성요인	3.76	.71	-.411	-.081
외모만족도		4.18	.57	-.504	.623
구매행동의도		4.46	.53	-1.509	5.190

4.2 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 분석

4.2.1 S.M.P 측정도구의 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구에서 사용한 질문지의 타당도(Validity)를 확인하기 위하여 탐색적 요인분석(EFA: Exploratory Factor Analysis)의 구인타당도(construct validity)를 실시하였다. 타당 도는 연구자가 측정하고자 하는 개념, 이론, 속성을 사용한 측정도구가 얼마나 정확하게 측정되고 반영되었는지의 정도를 말한다(김구, 2011; Hinkin, 1995).

탐색적 요인분석(EFA)은 여러 변수들 간의 공분산과 상관관계 등을 이용하여 변수들 간의 상호 관계를 분석하고, 그 결과를 토대로 문항과 변수들 간의 상관성 및 구조를 파악하여 여러 변수들이 지닌 정보를 적의 수의 요인으로 묶어서 나타내는 통계적 기법이다(노경섭, 2016).

따라서 사회과학의 실증적 연구 또는 질문지를 사용한 연구에서 탐색적 요인분석은 연구결과를 산출하기에 앞서 가장 먼저 분석되어야 한다.

본 연구에서 탐색적 요인분석 절차 및 방법은 요인분석의 회전방식은 사 회회전 방식의 오블리민 방법으로 문항을 추출하였다. 또한 표본의 적합성과 요인분석에 적합한 자료임을 검증하기 위하여 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin) Index와 Bartlett 구형성 검증을 실시하였다.

요인 추출은 고유 값(eigenvalue) 1.0 이상, 요인부하량(factor loading)은 그 값이 .50 이상만을 유의한 문항으로 추출하였으며, 요인구조의 합리적 요인모델을 만들기 위하여 각 문항의 공통변량을 확인하여 .50 이상 문항을 선별하였다.

[표 4-3]은 S.M.P 선택속성 질문지의 EFA 결과이다. 먼저 표본의 적절성과 요인분석에 적합한 자료임을 확인하는 KMO와 Bartlett의 구형성 검증 결과에서는 KMO지수 .857로 요인분석 가능한 자료임이 확인되었다. 또한 Bartlett 구성형검증에서는 $X^2=4093.906$, $p<.001$ 수준에서 유의하여 변수 간 상관성이 0이라는 영가설을 기각함으로써 변수 가 각각 선형적 관계를 나타내었다(우종필, 2016).

일반적으로 KMO 지수는 1에 가까울수록 표본의 자료가 요인분석하기에 적합한 자료로 판단할 수 있다(김계수, 2013). Kaiser(1974)에 의하면 KMO 지수가 .90 이상이면 매우 훌륭하고 .80-.90의 경우 가치 있으며, .70-.79의 경우 양호로 보고하고 있다. 일반적으로 사회학적 고찰의 경우 .70 이상의 지수를 보이면 요인분석 가능한 자료로서 판단할 수 있다(김현정, 2021).

요인들이 가진 변수의 분산은 입력변수의 68.38%의 설명력을 나타내었다. 김계수(2013)는 사회과학 분야에서 공통 분산의 값이 60% 이상일 때 측정도구로서 선별된 문항이 충분한 설명력을 보인다고 하였다.

본 연구에서 EFA를 통하여 시술자요인 4문항, 위생요인 4문항, 시술결과 요인 3문항, 편리성 요인 3문항, 경제적 요인 2문항으로 최종 16문항이 추출되었다. 문항들의 요인적재치 시술자요인 .766~.862, 위생요인 .611~.866, 시술결과 .824~.910, 편리성 요인 .608~.803, 경제적 요인 시술결과 .825~.825의 범주로 나타났다.

추출된 문항에 의해 설명되는 변수의 분산을 나타내는 공통성 요인 분석 결과에서는 .624~.855로 나타났다. 본 연구의 S.M.P 선택속성 측정도구의 내적일치도를 나타내는 신뢰도(Cronbach's α)값은 시술자 요인 .930, 위생 요인 .875, 시술결과 .852, 편리성 요인 .687, 경제적 요인 .683으로 나타났다.

[표 4-3] S.M.P 선택속성 질문지 요인분석 결과

문항 번호	요인1 시술자요인	요인2 위생요인	요인3 시술결과	요인4 편리성요인	요인5 경제적요인	공통성
문항 6	.862	.257	.100	.165	.165	.853
문항 7	.860	.228	.124	.159	.141	.851
문항 5	.814	.346	.030	.230	.095	.844
문항 8	.766	.299	.121	.146	.251	.775
문항 1	.164	.866	.039	.069	.113	.796
문항 2	.319	.846	.084	.088	.109	.838
문항 4	.349	.723	.080	.214	.052	.699
문항 3	.491	.611	.064	.108	.153	.653
문항16	.112	-.021	.910	.093	.075	.855
문항17	-.042	.026	.876	-.094	.049	.781
문항15	.208	.105	.824	.111	.099	.755
문항18	.087	.229	.031	.803	-.014	.706
문항20	.225	-.092	.033	.756	.224	.682
문항19	.304	.390	.046	.608	.083	.624
문항10	.243	.094	.154	-.005	.825	.773
문항 9	.092	.169	.053	.226	.825	.771
Eigenvalues	6.466	2.245	1.350	1.130	1.066	
Variance(%)	40.414	14.029	8.4361	7.065	6.663	
Cumulative	40.414	54.443	62.880	69.945	76.607	
Cronbach's α	.930	.875	.852	.687	.683	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)					.857	
Bartlett 구성형 검증	Chi-Square(X^2)				4093.906	
	df(p)				120(.000)	

4.2.2 외모만족도 측정도구의 타당도 및 신뢰도 분석

[표 4-4]은 외모만족도 측정도구의 EFA 결과이다. 표본의 적절성과 요인분석에 적합한 자료임을 확인하는 KMO 지수와 Bartlett의 구형성 검증 결과에서는 $KMO=.785$, $X^2=794.425$, $p<.001$ 로 유의하여 요인분석 가능한 자료로서 확인되었다. 요인들이 가진 변수의 총 분산은 69.838%의 설명력을 나타내었다.

본 연구에서 요인분석을 통하여 외모만족도는 단일차원으로 규명되었으며 최종 4문항이 선정되었다. 문항들의 요인적재치는 .733~.894의 범주를 나타내었으며, 공통성 지수는 .538-.798의 범주를 나타내었다. 외모만족도 신뢰도 (Cronbach's α)값은 .854로 나타났다.

[표 4-4] 외모만족도 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

문항번호	요인1 (외모만족도)	공통성
문항 2	.894	.798
문항 3	.869	.755
문항 1	.838	.702
문항 4	.733	.538
Eigenvalues	2.794	
Variance(%)	69.838	
Cumulative	69.838	
Cronbach's α	.854	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)		.785
Bartlett 구성형 검증	Chi-Square(X^2)	794.425
	df(p)	6(.000)

4.2.3 구매행동의도 측정도구의 타당도 및 신뢰도 분석

[표 4-5]은 구매행동의도 측정도구의 EFA 분석 결과이다. EFA 결과 표본의 적절성과 요인분석에 적합한 자료임을 확인하는 KMO와 Bartlett의 구형성 검증은 $KMO=.853$, Bartlett 구형성 검증에서는 $X^2=1146.159$, $p<.001$ 수준에서 유의하여 변수 간 상관이 0이라는 영가설을 기각함으로써 변수는 각각 선형적 관계를 나타내었다.

한편 요인들이 가진 변수의 분산은 입력변수의 69.912%의 설명력을 나타내었다. 본 연구에서 EFA 결과 구매행동의도는 단일차원으로 나타났으며 최종 5문항이 선정되었다. 문항들의 요인 적재치는 .820~.850의 범주로 나타내었다. 한편 공통성은 .673~.722의 범주로 나타났다.

[표 4-5] 구매행동의도 요인분석 결과

문항번호	요인1 (구매행동의도)	공통성
문항 3	.850	.722
문항 5	.843	.711
문항 1	.843	.710
문항 4	.824	.680
문항 2	.820	.673
Eigenvalues	3.496	
Variance(%)	69.912	
Cumulative	69.912	
Cronbach's α	.891	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)		.853
Bartlett 구형성 검증	Chi-Square(X^2)	1146.159
	df(p)	10(.000)

4.3 인구사회학적 특성에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도

4.3.1 성별에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 차이분석

[표 4-6]은 성별에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석을 위한 t-test 결과이다.

성별에 따른 S.M.P 선택속성의 집단 간 평균 차이 분석에서는 S.M.P 모든 하위요인에서 집단 간 평균 차이는 통계적으로 유의하지 않았다. 또한 외모만족도 요인도 집단 간 통계적 유의한 평균차이는 나타나지 않았다.

그러나 구매행동의도는 남자는 $M=4.52$ $SD=.64$, 여자는 $M=4.38$ $SD=.41$ 로 $t=2.732$, $p<.05$ 로 남자가 여자보다 높은 구매행동의도 평균치를 나타내었다.

[표 4-6] 성별에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과

요 인			N	M ± SD	<i>t</i>	<i>sig</i>
S.M.P 선택 속성	위생요인	남	248	4.51 ± .60	1.547	.123
		여	168	4.42 ± .50		
	시술자 요인	남	248	4.49 ± .94	1.278	.202
		여	168	4.40 ± .59		
	경제적 요인	남	248	3.56 ± .88	-.846	.389
		여	168	3.63 ± .58		
	시술결과 요인	남	248	4.29 ± .64	1.386	.166
		여	168	4.21 ± .48		
	편리성 요인	남	248	3.77± .68	.078	.938
		여	168	3.76 ± .68		
외모만족도	남	248	4.18 ± .62	.207	.836	
	여	168	4.17 ± .54			
구매행동의도	남	248	4.52 ± .64	2.732	.007**	
	여	168	4.38 ± .41			

** $p < .01$

4.3.2 연령에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 차이분석

[표 4-7]은 연령에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석을 위한 일원분산분석(one-ANOVA) 결과이다.

연령에 따른 S.M.P 선택속성의 집단 간 평균 차이 분석에서는 위생요인($F=4.795$, $p<.01$), 시술자요인($F=8.739$, $p<.001$), 경제적요인($F=8.265$, $p<.001$)에서 집단 간 통계적 유의한 차이를 나타내었다. 집단 간 통계적 유의한 차이에 따라 Scheffe's 사후검증을 실시하였다.

그 결과 위생요인은 40대 집단이 50대 이상 집단 보다 높은 위생 요인 평균치를 나타내었으며, 시술자 요인은 40대 집단이 30대 집단보다 높은 시술자 요인 평균치를 나타내었다.

경제적 요인은 40대 집단, 50대 이상 집단이 30대 집단 보다 경제적 요인에 높은 평균치를 나타내었다. 결과를 통하여 S.M.P 선택속성 하위 요인들에 평균차이에서는 40대 집단이 위생요인, 시술자 요인, 경제적 요인에서 가장 높은 평균치를 나타내고 있다.

한편 연령에 따른 외모만족도의 집단 간 평균차이 분석에서는 $F=5.084$, $p<.01$ 에서 통계적 유의한 차이를 나타내었으며, Scheffe's 사후분석 결과 40대 집단이 30대 집단에 비하여 외모만족도가 높게 나타났다. 마지막으로 구매행동의도에 집단 간 평균 차이 분석에서는 $F=3.178$, $p<.05$ 로 집단 간 유의하게 평균 차이를 나타내었다. Scheffe's 사후분석 결과에서는 40대 집단이 50대 이상 집단 보다 높은 구매행동의도 평균치를 나타내었다.

[표 4-7] 연령에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 지속행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과

요 인		N	M ± SD	F	sig	post-hoc	
S.M.P 선택 속성	위생요인	30대 ^{a)}	128	4.47 ± .60	4.795	.009 [*] *	b>c
		40대 ^{b)}	168	4.56 ± .50			
		50대 이상 ^{c)}	120	4.36 ± .51			
	시술자 요인	30대 ^{a)}	128	4.24 ± .94	8.739	.000 [*] **	b>a
		40대 ^{b)}	168	4.60 ± .59			
		50대 이상 ^{c)}	120	4.47 ± .69			
	경제적 요인	30대 ^{a)}	128	3.38 ± .88	8.265	.000 [*] **	b,c>a
		40대 ^{b)}	168	3.71 ± .58			
		50대 이상 ^{c)}	120	3.64 ± .65			
	시술결과 요인	30대 ^{a)}	128	4.20 ± .64	1.885	.153	-
		40대 ^{b)}	168	4.32 ± .48			
		50대 이상 ^{c)}	120	4.23 ± .53			

요 인		N	M ± SD	F	sig	post-hoc	
S.M.P 선택 속성	편리성 요인	30대 ^{a)}	128	3.80 ± .68	.263	.769	-
		40대 ^{b)}	168	3.75 ± .68			
		50대 이상 ^{c)}	120	3.73 ± .78			
외모만족도		30대 ^{a)}	128	4.09 ± .62	5.084	.007 [*] .	a<b
		40대 ^{b)}	168	4.28 ± .54			
		50대 이상 ^{c)}	120	4.12 ± .53			
구매행동의도		30대 ^{a)}	128	4.45 ± .64	3.178	.043 [*]	c<b
		40대 ^{b)}	168	4.53 ± .41			
		50대 이상 ^{c)}	120	4.38 ± .52			

* $p<.01$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.3.3 결혼유무에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 차이분석

[표 4-8]은 결혼유무에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석을 위한 t-test 결과이다.

결혼 유무에 따른 S.M.P 선택속성의 집단 간 평균 차이 분석에서는 시술자 요인($t=-2.917$, $p<.01$), 경제적 요인($t=-4.749$, $p<.001$)에서 집단 간 통계적 유의하게 평균 차이를 나타내었다. 시술자 요인, 경제적 요인 모두 기혼 집단이 미혼 집단과 비교하여 높은 평균치를 나타내었다.

[표 4-8] 결혼유무에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석 결과

요 인			N	M ± SD	t	sig
S.M.P 선택 속성	위생요인	미혼	152	4.49 ± .55	.414	.679
		기혼	264	4.46 ± .53		
	시술자 요인	미혼	152	4.31 ± .89	-2.917	.004**
		기혼	264	4.53 ± .65		
	경제적 요인	미혼	152	3.38 ± .79	-4.749	.000***
		기혼	264	3.71 ± .64		
	시술결과 요인	미혼	152	4.29 ± .53	.717	.474
		기혼	264	4.24 ± .56		
	편리성 요인	미혼	152	3.75 ± .70	-.340	.734
		기혼	264	3.77 ± .71		
	외모만족도	미혼	152	4.22 ± .57	1.279	.202
		기혼	264	4.14 ± .57		
구매행동의도		미혼	152	4.46 ± .62	-.164	.870
		기혼	264	4.47 ± .47		

** $p < .01$, *** $p < .001$

4.3.4 최종학력에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 차이분석

[표 4-9]은 최종학력에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석을 위한 일원분산분석(one-way ANOVA)결과이다. 최종학력에 따른 S.M.P 선택속성의 집단 간 평균 차이 분석에서는 위생요인($F=5.913, p<.01$), 시술자요인($F=6.746, p<.001$), 시술결과요인($F=4.319, p<.01$), 편리성 요인 ($F=5.506, p<.01$)에서 집단 간 통계적 유의한 차이를 나타내었다. 집단 간 통계적 유의한 차이에 따라 Scheffe's 사후검증을 실시하였다. 그 결과 위생요인은 고등학교졸업 집단 대학교졸업 집단이 대학원 이상 집단 보다 높은 위생요인 평균치를 나타내었으며, 시술자요인도 대학교졸업 집단이 대학원이상 집단 보다 높은 평균치를 나타내었다. 시술결과 요인에 대한 사후검증 결과에서는 고등학교 졸업 집단 보다 대학교졸업, 대학원이상 집단이 상대적으로 높은 시술결과 요인 평균치를 나타내었으며, 편리성 요인은 고등학교 졸업, 대학교 졸업 이상 집단이 대학원 이상 집단 보다 높은 편리성 요인 평균을 나타내었다.

최종학력에 따른 외모만족도의 집단 간 평균 차이 분석에서는 $F=7.643, p<.001$ 로 집단 간 통계적 유의한 평균 차이를 나타내었으며, Scheffe's 사후검증 결과에서는 고등학교 졸업, 전문대학교 졸업, 대학교 졸업 집단이 대학원이상 집단 보다 높은 외모만족도 평균을 나타내었다. 그러나 최종학력에 따른 구매행동의도 평균 차이 분석에서는 집단 간 통계적 유의한 차이는 발견하지 못하였다($F=.678, p>.05$).

[표 4-9] 최종학력에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석 결과

요 인		N	M ± SD	F	sig	post-hoc
S.M. P 선택 속성	위생요인	고졸 ^{a)}	4.51 ± .58	5.913	.001**	a,c>d
		전문대졸업 ^{b)}	4.46 ± .58			
		대학교졸업 ^{c)}	4.53 ± .52			
		대학원이상 ^{d)}	4.19 ± .42			
		고졸 ^{a)}	4.43 ± .74	6.746	.000**	c>d
	기술자 요인	전문대졸업 ^{b)}	4.33 ± .88			
		대학교졸업 ^{c)}	4.58 ± .68			
		대학원이상 ^{d)}	4.12 ± .72			
	경제적 요인	고졸 ^{a)}	3.57 ± .76	.915	.434	-
		전문대졸업 ^{b)}	3.48 ± .89			
		대학교졸업 ^{c)}	3.63 ± .64			
		대학원이상 ^{d)}	3.62 ± .70			

** $p<.01$, *** $p<.001$

요 인			N	M ± SD	F	sig	post-hoc
S.M. P 선택 속성	기술결과	고졸 ^{a)}	54	4.06 ± .71	4.319	.005**	a< c,d
		전문대졸업 ^{b)}	80	4.19 ± .65			
		대학교졸업 ^{c)}	230	4.30 ± .50			
		대학원이상 ^{d)}	52	4.40 ± .42			
	편리성	고졸 ^{a)}	54	3.85 ± .75	5.506	.001**	a,c> d
		전문대졸업 ^{b)}	80	3.66 ± .69			
		대학교졸업 ^{c)}	230	3.85 ± .67			
		대학원이상 ^{d)}	52	3.45 ± .78			
	외모만족도	고졸 ^{a)}	54	3.85 ± .66	7.643	.000**	a,b,c> d
		전문대졸업 ^{b)}	80	3.66 ± .62			
		대학교졸업 ^{c)}	230	3.85 ± .54			
		대학원이상 ^{d)}	52	3.45 ± .39			
	구매행동의도	고졸 ^{a)}	54	4.45 ± .50	.678	.565	-
		전문대졸업 ^{b)}	80	4.44 ± .49			
		대학교졸업 ^{c)}	230	4.49 ± .53			
		대학원이상 ^{d)}	52	4.38 ± .60			

4.3.5 월 소득에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 차이분석
[표 4-10]은 월 소득에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석을 위한 일원분산분석(one-way ANOVA) 결과이다.

월 소득에 따른 S.M.P 선택속성의 집단 간 평균 차이 분석에서는 시술자 요인($F=4.867$, $p<.01$), 경제적 요인($F=9.070$, $p<.001$), 시술결과 요인($F=3.496$, $p<.05$)에서 집단 간 통계적 유의한 차이를 나타내었다. 집단 간 통계적 유의한 차이에 따라 Scheffe's 사후검증을 실시하였다. 그 결과 시술자 요인 시술결과 요인은 700만원 이상 집단이 100-300만원 집단 보다 높은 평균치를 나타내었으며, 경제적 요인은 100-300만원 미만, 300-500만원 미만, 500-700만원 미만 집단 보다 700만원 이상 집단이 높은 경제적 요인 평균치를 나타내었다.

한편 월 소득에 따른 구매행동의도의 집단 간 평균 차이 분석 결과에서는 $F=3.496$, $p<.05$ 로 집단 간 유의한 평균 차이를 나타내었으며, Scheffe's 사후분석 결과 500-700만원 집단이 100-300만원 미만 집단보다 높은 구매행동의도 평균치를 나타내었다. 그러나 월 소득에 따른 외모만족도 평균 차이 분석 결과에서는 $F=2.569$, $p>.05$ 로 집단 간 유의한 평균 차이는 나타나지 않았다.

[표 4-10] 월 소득에 따른 S.M.P 선택속성, 외모만족도, 지속행동의도 집단 간 평균 차이 분석 결과

요 인		N	M ± SD	F	sig	post-hoc
S.M. P 선택 속성	위생요인	100-300만원미 만 ^{a)}	50 4.29 ± .70	2.547	.056	-
		300-500만원미 만 ^{b)}	118 4.54 ± .48			
		500-700만원미 만 ^{c)}	170 4.47 ± .55			
		700만원 이상 ^{d)}	78 4.50 ± .47			
	시술자 요인	100-300만원미 만 ^{a)}	50 4.17 ± .74	4.867	.002* *	a<d
		300-500만원미 만 ^{b)}	118 4.44 ± .77			
		500-700만원미 만 ^{c)}	170 4.44 ± .78			
		700만원 이상 ^{d)}	78 4.68 ± .53			
	경제적 요인	100-300만원미 만 ^{a)}	50 3.36 ± .88	9.070	.000* **	a,b,c<d
		300-500만원미 만 ^{b)}	118 3.43 ± .74			
		500-700만원미 만 ^{c)}	170 3.62 ± .71			
		700만원 이상 ^{d)}	78 3.90 ± .40			

* $p<.01$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

	요 인	N	M ± SD	F	sig	post-hoc
S.M. P 선택 속성	기술결과 요인	100-300만원미만 ^{a)}	50	4.08 ± .85	3.496	.016* a<d
		300-500만원미만 ^{b)}	118	4.28 ± .48		
		500-700만원미만 ^{c)}	170	4.24 ± .51		
		700만원 이상 ^{d)}	78	4.39 ± .45		
	편리성 요인	100-300만원미만 ^{a)}	50	3.68 ± .58	.939	.422 -
		300-500만원미만 ^{b)}	118	3.76 ± .76		
		500-700만원미만 ^{c)}	170	3.73 ± .75		
		700만원 이상 ^{d)}	78	3.87 ± .62		
	외모만족도	100-300만원미만 ^{a)}	50	4.04 ± .82	2.569	.054 -
		300-500만원미만 ^{b)}	118	4.16 ± .45		
		500-700만원미만 ^{c)}	170	4.17 ± .56		
		700만원 이상 ^{d)}	78	4.31 ± .53		
	구매행동의도	100-300만원미만 ^{a)}	50	4.29 ± .73	2.925	.034* a<c
		300-500만원미만 ^{b)}	118	4.43 ± .59		
		500-700만원미만 ^{c)}	170	4.52 ± .45		
		700만원 이상 ^{d)}	78	4.51 ± .39		

4.4 변수들의 상관관계 분석

S.M.P 선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 변수들 간 상호 관련성을 검증하기 위하여 상관관계분석(Correlation analysis)을 실시하였다.

[표 4-11]은 S.M.P선택속성, 외모만족도, 구매행동의도와의 상관관계 분석 결과이다.

먼저 S.M.P 선택속성의 하위요인 중 시술자요인과 외모만족도 간의 상관관계는 $r=.128$, $p<.01$, 시술결과 요인과 외모만족도 간에는 $r=.678$, $p<.001$ 로 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

다음으로 S.M.P 선택속성과 구매행동의도와의 상관관계 분석 결과에서는 위생요인과 구매행동의도($r=.393$, $p<.001$), 시술자요인과 구매행동의도($r=.348$, $p<.001$), 경제적요인과 구매행동의도($r=.225$, $p<.001$), 시술결과 요인과 구매행동의도($r=.263$, $p<.001$), 편리성 요인과 구매행동의도($r=.307$, $p<.001$) 모두 두 변인 간 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

외모만족도와 구매행동의도 변인 간 상관관계 분석에서는 $r=.232$, $p<.001$ 로 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

[표 4-11] 변수들 간 상관관계 분석 결과

요 인		SMP선택속성					외모 만족도	구 매 행 동 의 도
		위생 요인	시술자 요인	경제적 요인	시술결과 요인	편리성 요인		
SMP 선택 속성	위생 요인	1						
	시술자 요인	.699***	1					
	경제적 요인	.343***	.404***	1				
	시술결과 요인	.142**	.227***	.227***	1			
	편리성 요인	.446***	.510***	.322***	.129**	1		
	외모만족도	.060	.128**	.075	.678***	.018	1	
	구매행동의도	.393***	.348***	.225***	.263***	.307***	.232***	1

** $p < .01$, *** $p < .001$

4.5 S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향

[표 4-12]은 S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향관계를 분석하기 위한 다중회귀분석(multiple Linear regression) 결과이다.

본 연구에서는 S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향관계 분석에 앞서 독립변인 즉, S.M.P 선택속성에 대한 다중공선성(multiple collinearity) 분석을 실시하였다. 다중공선성 분석은 독립변수인 S.M.P 하위 요인들의 강한 상관관계로 종속변인의 회귀분석 결과를 타당성 있게 지지하지 못하도록 영향력을 행사하는 것을 말한다.

일반적으로 다중공선성 분석은 Durbin-Watson 검증, 분산팽창요인(VIF: Variance Inflation Factor), 공차한계(Tolerance)를 확인한다. 이 때 Durbin-Watson 지수는 0~4까지의 값을 가지는데 그 지수가 2에 가까우면 변수들 간의 독립성이 확보된 것으로 판단하며, VIF 지수는 10미만이면 다중공선성에 문제가 없는 것으로 판단한다(우종필, 2016).

S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향관계에서 Durbin-Watson은 1.728로 2에 가까우며 또한 공차한계(T: Tolerance)는 .468~.926, VIF지수는 1.090~2.138로 10미만으로 나타나 독립변인의 다중공선성 문제가 없는 것으로 확인되었다.

한편 독립변인인 S.M.P 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향 관계에서 결정계수는(R^2)는 .469로 46.9% 설명력을 나타내었다. 또한 회귀모형의 분산 분석 결과 $F=72.332$, $p<.001$ 로 회귀분석 가능한 자료임이 확인되었다.

SMP 선택속성이 외모만족도에 미치는 영향관계 변수로는 시술결과 요인이 $\beta=.695$, $t=18.581$, $p<.001$ 수준에서 통계적 유의하게 정적(+) 영향이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 S.M.P 선택속성 중 유일하게 시술결과가 절대적으로 외모만족도에 영향을 미치는 변수라고 볼 수 있겠다. 즉, 시술 후 디자인과 색상의 만족, 외모의 결점 보완 만족, 이미지 변화에 긍정적 도움과 같은 요인들이 절대적으로 외모만족도에 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있겠다.

[표 4-12] S.M.P선택속성이 외모만족도에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	B	SE	β	t	T	VIF
외모 만족 도	(상수)	1.434	.222		6.449		
	위생요인	-.013	.052	-.012	-.245	.533	1.877
	시술자 요인	.030	.040	.040	.769	.468	2.138
	경제적 요인	-.059	.032	-.075	-1.847	.794	1.260
	시술결과 요인	.720	.039	.695	18.581**	.926	1.080
	편리성 요인	-.050	.034	-.063	-1.468	.707	1.414
$R^2=.469$, adj $R^2=.462$, $F=72.332$, $p<.001$ Durbin-Watson=1.728							

*** $p<.001$

4.6 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향

[표 4-13]은 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향관계를 분석하기 위한 다중회귀분석(multiple Linear regression) 결과이다. S.M.P 선택속성이 구매행동의도의 영향관계에서 Durbin-Watson 지수는 1.915로 2에 근접한 지수를 나타내어 독립변인의 다중공선성 문제가 없는 것으로 확인되었다.

독립변인인 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향관계에서 결정계수는(R^2)는 .218로 21.89% 설명력을 나타내었다. 또한 회귀모형의 분산분석 결과 $F=22.850$, $p<.001$ 로 회귀분석 가능한 자료임이 확인되었다.

S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 영향관계 변수로는 위생요인($\beta=.265$, $t=4.427$, $p<.001$), 시술결과 요인($\beta=.191$, $t=4.211$, $p<.001$), 편리성 요인($\beta=.130$, $t=2.502$, $p<.05$) 순으로 통계적 유의하게 정적(+) 영향이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 S.M.P 선택속성 중 위생 요인, 시술결과, 접근 편리성이 만족함을 느낄 때 지속적인 구매행동의도로 이어질 수 있음을 암시한다.

[표 4-13] S.M.P선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	B	SE	β	t	T	VIF
구매 행동 의도	(상수)	1.941	.249		7.793		
	위생요인	.258	.058	.265	4.427***	.533	1.877
	시술자 요인	.035	.045	.049	.774	.468	2.138
	경제적 요인	.021	.036	.029	.582	.794	1.260
	시술결과 요인	.183	.043	.191	4.211***	.926	1.080
	편리성 요인	.096	.039	.130	2.502*	.707	1.414
$R^2=.218$, adj $R^2=.208$, $F=22.850$, $p<.001$ Durbin-Watson=1.915							

* $p<.05$, *** $p<.001$

[표 4-14]은 외모만족도가 구매행동의도에 미치는 영향관계를 분석하기 위한 단순회귀분석(simple regression) 결과이다. 외모만족도가 구매행동의도의 영향관계에서 결정계수는(R^2)는 .205로 5.4% 설명력을 나타내었다. 또한 회귀 모형의 분산분석 결과 $F=23.618$, $p<.001$ 로 회귀분석 가능한 자료임이 확인되었다.

외모만족도가 구매행동의도에 미치는 영향관계는 $\beta=.232$, $t=4.860$, $p<.001$ 로 통계적 유의한 정적(+) 영향력이 있는 것으로 나타났다. 이는 많은 연구들에서 지속적으로 보고하고 있는 개인의 외모만족도가 지속적인 구매행동의도에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

[표 4-14] 외모만족도가 구매행동의도에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화	계수	표준화계수	t	p
		B	SE	β		
구매행동의도	(상수)	3.567	.186		19.168	.000
	외모만족도	.215	.044	.232	4.860	.000
$R^2=.054$, adj $R^2=.052$, $F=23.618$, $p<.001$						

4.7 S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 관계에서 외모만족도 조절효과

[표 4-15]은 S.M.P 선택속성이 구매의도의 관계에서 외모만족도의 조절 효과 분석을 위한 조절회귀분석(moderated regression)결과이다. 먼저 S.M.P 선택속성이 구매행동의도와 외모만족도에 의해 조절되는지를 확인하기 위해 독립변수로 S.M.P 선택속성을 모델 I 로, 조절변수 외모만족도를 모델 II 로, S.M.P 선택속성과 외모만족도의 상호작용 변수를 모델 III 에 차례로 투입하여 위계적 회귀분석 방법을 채택하여 분석하였다.

모델 I 의 설명력은 21.8%이었고, $F=22.850$, $p<.001$ 로 통계적 유의하여 회귀식이 가능한 자료임을 확인할 수 있다. S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향 변수로 위생요인($\beta=.265$, $t=4.427$, $p<.001$, 시술결과요인($\beta=.191$, $t=4.211$, $p<.001$)으로 나타났다. 또한 외모만족도 추가적으로 투입된 모델 II 의 설명력은 .22.9%로 1.1%가 추가적으로 증가하였고 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($F=20.227$, $p<.001$). 이러한 모델 II 의 결과는 조절변수로 투입된 외모만족도가 유의미한 변수인 것을 의미하는 결과로 알 수 있다.

S.M.P 선택속성이 구매행동의도에 미치는 영향에서 외모만족도의 조절효과를 검증하기 위하여 S.M.P 선택속성과 외모만족도의 상호작용 변수로 투입하여 모델 III 를 분석하였다. 그 결과 설명력은 29.4%로 모델 II 의 설명력과 비교하여 6.5% 증가현상이 나타났다. 회귀모형의 적합도는 $F=15.308$, $p<.001$ 로 나타났다. 모델 II 와 모델 III 의 변화량 6.5%도 통계적 유의한 변화량으로 나타났다($p<.001$). 모델 III 의 추가로 투입된 상호작용 변수 중에는 시술자요인($\beta=-2.485$, $t=-4.286$, $p<.001$)과는 부적(-)영향력을 보였으며, 시술결과요인($\beta=1.714$, $t=4.757$, $p<.001$)로 나타났다.

이러한 연구결과를 토대로 SMP 선택속성이 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도 요인인 조절 요인으로 볼 수 있겠다. 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성의 만족 정도에 따라 구매행동의도에 있어 외모만족도에 의해 조절이 되고 있다고 할 수 있다. 즉, 두피미세색소요법(S.M.P)을 경험한 소비자들은 시술 후 외모만족도 상승 시 구매행동의도도 상승된다는 것을 알 수 있다.

[표 4-15] S.M.P 선택속성이 구매행동의도에서 외모만족도 조절효과

	모델 I		모델 II		모델 III	
	β	t	β	t	β	t
위생요인(A)	.265	4.427** *	.267	4.482** *	.086	.218
시술자요인(B)	.049	.774	.044	.687	1.859	4.426** *
경제적요인(C)	.029	.582	.039	.802	.436	1.394
시술결과요인(D)	.191	4.211** *	.092	1.495	-.803	-4.115* **
편리성요인(E)	.130	2.502*	.139	2.684*	-.271	-.713
외모만족도(F)			.143	2.404*	.428	1.101
(A) × (F)					.242	.389
(B) × (F)					-.2.485	-4.286* **
(C) × (F)					-.485	-.1.215
(D) × (F)					1.714	4.757** *
(E) × (F)					.524	1.090
F	22.850***		20.227***		15.308***	
R^2	.218		.229		.294	
Change R^2	-		.011*		.065***	

V. 결 론

5.1 연구의 결과 요약

본 연구는 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절 효과를 검증하고자 하였다.

검증을 위하여 첫 번째로는 반영구 화장 및 두피미세색소요법(S.M.P)의 이론을 기초로 하여 선행연구 문헌 고찰을 통해 개념 및 이론을 정리 하였다.

정리한 이론을 중심으로 실증연구에 사용된 연구모형과 S.M.P선택속성과 중요성에 대한 평균과 표준편차, 상관관계분석(correlation analysis), 다중회기 분석(multiple Linear regression), 단순회기분석(simple regression), 외모만족도 조절효과를 조절회기분석(moderated regression) 방법으로 조사하여, 연구가설을 검증하기 위하여 분석을 실시하였다.

두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 중요도가 가장 높은 평균치를 나타낸 것은 시술자의 풍부한 경험이 중요하다에 가장 높은 평균치로 나타났으며 그 다음순으로 여러 가지 부작용이 없어야 한다, 도구의 안전상태, 도구의 위생상태, 시술자의 시술에 대한 자세한 설명, 시술후 디자인이나 색상이 중요하다로 평균치를 도출하였다.

하위요인의 답변을 살펴보면 시술자 요인, 위생요인, 시술결과, 시술요인, 경제적 요인, 편리성 요인 순으로 나타났다.

연구가설 검증에 앞서 본 연구에서는 S.M.P가 외모만족도 및 구매행동의도에 미치는 영향을 규명하기 위해 S.M.P 중요도에 대한 자료를 수집하였다. 그 결과

본 연구 가설 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도 간의 상호 관련성은 상관관계 분석결과 S.M.P 선택속성의 하위요인 중 시술자요인과

외모만족도 간의 상관관계는 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

다음으로 S.M.P 선택속성과 구매행동의도와의 상관관계 분석 결과에서는 위생요인과 구매행동의도, 기술자요인과 구매행동의도, 경제적요인과 구매행동의도, 기술결과 요인과 구매행동의도, 편리성 요인과 구매행동의도 모두 두 변인 간 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

또한 외모만족도와 구매행동의도 변인 간 상관관계 분석에서도 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타내었다.

둘째, 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도에 미치는 영향관계에서는 위생요인, 기술결과 요인, 편리성 요인 순으로 통계적 유의하게 정적(+) 영향이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 S.M.P 선택속성 중 위생 요인, 기술결과, 접근 편리성이 만족함을 느낄 때 지속적인 구매행동의도로 이어질 수 있는 결과를 도출하였다.

셋째, 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도의 조절효과를 확인하였고 외모만족도의 조절효과 형태를 구체적으로 살펴본 결과 외모만족도의 수준이 높을수록 구매행동의도가 높아지는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 S.M.P선택속성이 구매행동의도와의 관계에서 외모만족도 요인이 중요한 조절 효과라는 결과를 도출 하였다.

5.2 연구의 제한점

첫째, 본 연구에서 연구자의 뷰티샵 방문자, 두피미세색소요법(S.M.P) 아카데미를 통한 타 뷰티샵의 방문고객으로 제한하였기 때문에 다소 제약이 있다. 향후 연구에서는 연구결과에 대한 일반화를 하기위해 좀더 넓은 지역의 표본수집이 필요하다.

둘째, 본 연구의 모든 설문지 참여자의 경우, 일괄적으로 설문지의 내용을 충분히 이해하고, 설문 내용에 성실하게 답변 하였다고 가정하여 연구를 진행하였기에, 향후 연구에서는 연구 결과에 대한 객관화를 담보하기 위해, 충실

한 설문지 표본 확보가 중요하다.

셋째, 본 연구의 참여자는 두피미세색소요법(S.M.P) 기술을 받은 소비자를 대상으로 제한적인 표본으로 연구를 진행 하였기에 본 연구의 결과를 일반 모집단으로 확대 해석하는 것에 주의하여야 한다.

5.3 제언

본 연구에서 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성, 외모만족도, 구매행동의도의 중요도가 가장 높은 평균치 결과를 보여준 항목은 ‘기술자의 풍부한 경험 이 중요하다.’이었다. 본 연구자가 연구 초기에 연구 결과로 예측했던 항목은 두피미세색소요법(S.M.P) 기술 시 소요되는 비용적인 측면 이었다. 이와 같은 결과는 체계적인 두피미세색소요법(S.M.P)의 전문성을 높이는데 있어서는 현장 교육과 실습을 통한 기술을 지향해야 한다는 것을 보여주고 있다. 후 순위로 도출된 결과는 ‘여러 가지 부작용이 없어야 한다,’ 와 ‘도구의 안전상태, 도구의 위생상태’ 순위였다. 위 결과가 시사하는 바는 자체적인 감염 예방과, 위생 관리지침 및 부작용 방지 등 체계적이고 철저한 현장 및 이론 교육과 실습을 통해 전문성 있는 기술을 할 수 있는 지표를 확보해야 한다는 것이다. 현재 두피미세색소요법(S.M.P)의 분야는 너무나 미미하고 기초자료 또한 없는 상태이지만 본 연구가 향후 두피미세색소요법(S.M.P)의 기초 자료로 널리 활용되기를 바란다. 또한 추후에 다양한 교육과 기술방법, 두피미세색소요법(S.M.P)의 연구 등과 같은 자료로 지속적인 후속 연구가 이루어지길 기대해 한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 공영길. (2009). “외모만족도와 사회적 지지가 심리적 안녕감에 미치는 효과: 거부민감성의 매개효과”. 한양대학교 대학원 교육학과 석사학위논문.
- 고혜정, 김용선. (2003). 『한국 세미퍼머넨트 메이크업 행위에 대한 제도 개선 방안에 관한 연구』 대한피부미용교육학술지
- 강민주. (2021). “SNS마케팅이 화장품 구매결정 요인 및 구매만족도에 미치는 영향”. 선결대학교 교육대학원 석사학위논문. p29.
- 김구. (2011). 『사회과학 연구조사 방법론의 이해 : 양적연구와 질적연구의 접근』. 서울: 비앤엠북스
- 김균량, 이완정. (2008). “아동의 외모에 대한 관심과 외모 만족도에 따른 자기 표현과 대인불안”. 아동과권리학회지. p567-584
- 김계수. (2013). 『SmartPLS이용 쉬운 구조방정식모델 = Easy SEM with smartPLS』. 서울 : 청람
- 김도연. (2012). “세미퍼머넨트 메이크업에 대한 고객인식도 변화에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민수. (2014). “도시철도 접근성 지표 개발을 통한 도시철도 접근성 향상방안”. 서울과학기술대학교 철도전문대학원 석사학위논문.
- 김성태. (2013). “항공사의 지각된 가격과 서비스 품질이 신뢰, 고객만족, 이미지, 행동의도에 미치는 영향:FSC와 LCC 비교를 중심으로”. 경기대학교대학원 박사학위논문.
- 김상희. (2005). “고등학생의 외모만족도와 대인관계, 자기주장성 및 학업성취도와의 관계분석”. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김순옥, 김주선, 백원홍. (2000). “미용인을 위한 위생법규” 정문각.

- 김진, 장희진. (2011). 『세미퍼머넌트메이크업』. 서울:훈민사. p15-17
서울:시대인. p84-87
- 김정선. (2020). “개인 맞춤형화장품의 선택속성이 소비자 구매의도 미치는 영향”. 한성대학교 석사학위논문.
- 김현진. (2018). 『반영구메이크업』. 서울:대한의학
건강 심사 평가원 통계
- 김희경. (2007). “수요자 측면에서의 여성 퍼머넌트 메이크업의 미용형태연구”. 중앙대학교 석사학위논문.
- 김혜주. (2021). “온라인 사이트를 통한 숙박 상품 구매자의 구매결정요인이 구매의도에 미치는 영향”. 세종대학교 석사학위논문 p12.
- 김현정. (2021). “뷰티 서비스전문가의 자기관리 측정모델 개발”. 한성대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 노경섭. (2016). 『제대로 알고 쓰는 논문 통계분석』 . 서울: 한빛아카데미
- 박건희. (2013). “반영구 화장의 시술 실태에 관한 연구”. 중앙대학교 석사학위논문.
- 박현정. (2010). “피부관리실의 이용실태 및 개선에 관한 연구”.
숙명여자대학교 원격대학원. 석사학위 논문 p90.
- 백혜영, 이선목. (2003). “서원대생의 외모지상주의에 관한 연구”. 서원대학교 학교생활연구집 p167-178.
- 신서현. (2020). “반영구화장에 대한 지각된 서비스품질이 자아존중감 및 삶의 만족에 미치는 영향”. 조선대학교 산업기술창업대학원 석사학위논문.
- 신창옥. (2018). “외식업 점포 선택요인이 고객만족 및 점포 신뢰, 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구:한식당을 중심으로”.
대전대학교 박사학위논문 p6.
- 송연숙, 함주옥. (2004). 『The Art Semipermanent Make-up』.

서울:시대인. p84-87

- 이미정. (2013). “피부미용 종사자들의 위생교육 유.무에 따른 위생관리 실천정도”. 서경대학교 미요예술대학원 석사학위논문.
- 이인해. (2021). “증모술 시술 후 만족도가 재방문 및 추천 의도에 미치는 영향”. 건국대학교 예술디자인대학원 석사학위논문.
- 이연숙. (2006). “초등학생의 외모만족과 성이 자기효능감, 학교적응 및 성취 동기에 미치는 영향”. 충남대학교 교육대학원 석사학위.
- 유수진. (2020). “온라인 Site를 통한 여행상품 구매자의 구매결정요인이 만족도에 미치는 영향:관여도 조절 효과를 중심으로”. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 오선인. (2020). “레드와인 소비자의 선택속성이 태도, 재구매의도, 구전효과의 미치는 영향의 관한 연구:가격민감도 및 관여도의 조절효과를 중심으로”. 세종대학교 석사학위논문 p19.
- 이주미. (2017). “중년남성의 미용건강관리행동이 신체매력지각, 자아존중감 및 대인관계성향에 미치는 영향”. 성신여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 이지영. (2005). “반영구화장과 문신 비교 연구”. 한남대학교 석사학위논문 p12-13
- 이정숙. (2001). “중·고등학생의 성별, 비만, 타인의 평가와 신체존중감의 관계”. 한국교원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이지영. (2005). “반영구화장과 문신 비교 연구”. 한남대학교 석사학위논문 p12-13.
- 우종필. (2016). 『문신의 역사』. 경기도:(주)삼림출판사. p38
- 윤풍. (2021). “중국 청소년 태권도 선수들의 태권도복 선택속성만족도, 태도 및 재구매의도의 관계:관여도의 매개된 조절 효과”. 연세대학교 대학원 석사학위논문 p6.
- 조현설. (2003). 『구조방정식모델 개념과 이해』. 서울:한나래

- 장래하. (2014). “소셜커머스의 가격할인 희소성 메시지 유형이 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구”. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 장사라. (2003). “퍼머넌트메이크업의 이미지 구성과 활용방안” 중앙대학교 석사학위논문 한국조리학회지 p88-105.
- 조소영. (2013). “효과적인 눈썹 보정을 위한 세미퍼머넌트메이크업”. 서경대학교 석사학위논문 p15-22.
- 전진화, 방진식, 최태호. (2006). “와인 소비자의 선택속성의 만족도에 관한 연구” 한국조리학회지. p88-105
- 진은주. (2015). 『미인만들기』. 서울:시대인.
- 진은주. (2015). “눈썹 반영구화장 기법에 따른 고객만족도 및 통증연구”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 정하나. (2012). “탈모자의 특성과 탈모 유발 요인 조사 분석 연구”. 남부텍학교 교육대학원 교육석사학위 논문. p1
- 천위페이. (2019). “화장품의 제품속성이 재구매의도에 미치는향:SNS홍보활동 매개 효과로”. 호남대학교 경영대학원. 석사학위논문 p12.
- 최지원. (2020). “두피 반영구화장의 만족도에 대한 연구”. 신라대학교 산업융합대학원 석사학위논문.
- 한소영. (2021). “뷰티서비스 환경 영향요소가 고객충성도 및 고객이용의도에 미치는 영향”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 함은주. (2004). “세미퍼머넌트 메이크업에 있어 지각된 위험 및 신체이미지가 태도와 행위의도에 미치는 영향 연구”. 조선대학교 석사학위 논문.
- 허정문, 김정엽. (2012). “농촌중학생의 외모만족도가 학교적응에 미치는 영향에 관한 연구-대인관계와 자아존중감의 매계효과를 중심으로”. 청소년학연구 p329-335.
- 한주연. (2021). “여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 헤어스타일 행동 및

불임머리 이용 의도에 미치는 영향”. 서경대학교 석사학위논문.

2. 국외문헌

Aaker, D. A.(1991), Managing

Brand Equity : *Capitalizing on the Value of a Brand Name*, NY :The Free Press, pp.118-120

Bayus, B.L.,(1985), Word-of-Mouth: The Indirect Effects of Marketing Efforts. *Journal of Advertising Research*, Vol25, pp.31-39

Gilbert,Steve.(2000). *Tattoo History : A Source Book*, NewYork:Juno Books. Permanent Cosmetics “The ultimate Guide” 2nd Edition by:Susan ChurchCCPC,1999.

Hill, Pamela(2007) PERMANENT MAKEUP: TIP AND TECHNIQUES. Tomson, NewYourk

Kaiser, H. F., & Rice, J. (1974). Little jiffy, mark IV. *Educational and psychological measurement*, 34(1), 111-117.

Hinkin, T. R. (1995). A review of scale development practices in the study of organizations. *Journal of Management*, 21, 967-988.

3. 기타문헌(인터넷자료)

김병수,박지훈 기자(2019.07.11.).

<http://blog.naver.com/bibimgugsu/221582831753>

<http://charleszwerling.com>

http://m.blog.naver.com/momo_dot_/222440091402

2021.07.21.momodot s.m.p

<http://talmowang.com/sub/sub0202.php>

<http://dotorismp.tistory.com/1>

<http://daedamo.com>

<http://www.f5ps.com/>

부 록 [설문지]

탈모인들의 두피미세색소요법(S.M.P) 선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문은 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P) 선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과에 관한 의견을 수집하여 분석하기 위한 것입니다.

여러분이 작성해 주신 설문의 모든 응답은 무기명으로 실시되고 개인의 비밀은 완전히 보장됩니다. 또한, 귀하께서 성의 있게 기입해 주신 내용은 학술적인 목적으로만 사용될 것입니다.

다소 시간이 걸리더라도 한 문항도 빠짐없이 응답해 주시기를 부탁드립니다.

귀하의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱 전공

지도교수 : 김 현 정

연구자 : 홍 성 애

E-mail : womb0627@naver.com

두피미세색소요법(S.M.P)란?

SMP 는 Scalp Micro Pigmentation 의 약자로 두피미세색소요법 이라 합니다.

SMP 두피미세색소요법은 탈모로 인한 모발 사이의 간격을 커버하는 비수술적 탈모치료법 중 시각적으로 볼 때

가장 효과가 큰 방법입니다.

두피에 점을 찍어 표현하는 기법으로서 일반 타투용 기기보다 훨씬 미세한 기기를 사용하고 시술시 두피 표피층에 1밀리 전후로 시술이 되기 때문에 일상생활에 지장을 주지 않습니다.

(다음날 바로 샴푸 가능)

기존 모낭을 피해 시술하는 기법이기 때문에 기존 모발에 영향을 주지 않고 실제 모근이 심어진 것 같은 느낌의

시술로 본래 자기 모발같이 느껴지고 자연스러운 시술입니다.

I. 다음은 귀하의 인구 통계학적 사항에 대한 질문입니다. 아랫글을 읽고 해당하는 번호에 표시(√)해 주시기 바랍니다. (1개 선택)

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

2. 귀하의 성별은 무엇입니까?

① 남성 ② 여성

3. 귀하의 결혼여부는?

① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 최종학력은?

① 고졸이하 ② 전문대 졸업 ③ 대학교졸업 ④ 대학원이상

5. 귀하의 직업은?

① 주부 ② 회사원 ③ 전문직 ④ 자영업 ⑤ 서비스업 ⑥ 기타

6. 귀댁의 월 평균 가구소득은?

① 100~300만원미만 ② 300~500만원미만 ③ 500~700만원미만

④ 700~1,000만원미만

7. 두피미세색소요법(S.M.P)을 받아 본 경험이 있다면 받게 된 이유는 무엇이었습니까?

① 탈모스트레스

② 지인추천

③ 미용실 추천

④ 광고를 통해서

⑤두피건강개선목적

8. 귀하의 두피미세색소요법(S.M.P)관리를 위한 정보는 어디에서 가장 많이 얻으십니까?

① 인스타그램 ② 유튜브 ③ 블로그 ④ 미용실 ⑤주변사람

9.탈모증상 개선을 위해 노력해본 경험은 무엇입니까?(복수선택가능)

① 본인 스스로 노력(두피마사지/식습관조절/운동/스트레스조절)

② 전문 두피(탈모) 관리실 이용

③ 미용실 방문하여 두피마사지 서비스 이용

④ 탈모방지용 샴푸교체

⑤ 탈모치료제(일반유통에서 의약외품) 구입

⑥ 가모(가발)사용

⑦ 모발이식수술

⑧ 두피 관리기기(디바이스)

⑨ MTS

II. 다음은 귀하께서 두피미세색소요법(S.M.P)을 선택할 때 중요하게 고려하는 정도를 알아보고자 하는 항목들입니다. 다음 항목들에 대해 S.M.P 시술 결정에 있어 중요도를 √ 선택해 주시기 바랍니다.

번호	항목	전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	그저 그렇 다	중요 하다	매우 중요 하다.
1.	시술장소의 위생이 중요하다	①	②	③	④	⑤
2.	도구의 위생이 중요하다	①	②	③	④	⑤
3.	도구의 안전 상태가 중요하다	①	②	③	④	⑤
4.	시술자의 위생 상태가 중요하다	①	②	③	④	⑤
5.	시술자의 풍부한 전문지식이 중요하다	①	②	③	④	⑤
6.	시술자의 풍부한 경험이 중요하다	①	②	③	④	⑤
7.	시술자의 시술에 대한 자세한 설명이 중요하다	①	②	③	④	⑤
8.	시술자의 신뢰성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
9.	시술비용이 중요하다	①	②	③	④	⑤
10.	시술시간이 중요하다	①	②	③	④	⑤
11.	시술부위의 지속성(유지기간)이 중요하다	①	②	③	④	⑤
12.	시술 시 통증이 적어야 한다	①	②	③	④	⑤
13.	여러 가지 부작용이 없어야 한다.	①	②	③	④	⑤
14.	시술 후 불편함이 없어야 한다.	①	②	③	④	⑤
15.	시술 후 디자인이나 색상이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
16.	외모의 결점 보완이 중요하다	①	②	③	④	⑤
17.	이미지 변화에 도움이 되어야한다	①	②	③	④	⑤
18.	대중교통의 이용 편리성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
19.	주차장 이용의 편리성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
20.	집(직장)에서의 접근성이 중요하다	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 귀하께서 두피미세색소요법(S.M.P)을 받은 후 실제느낀 만족 정도를 알아보고자 하는 항목들입니다. 다음 항목들에 대해 S.M.P 시술 만족도를 √ 표시해 주시기 바랍니다.

번호	항목	전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	그저 그렇 다	중요 하다	매우 중요 하다.
1.	시술장소의 위생이 중요하다	①	②	③	④	⑤
2.	도구의 위생이 중요하다	①	②	③	④	⑤
3.	도구의 안전 상태가 중요하다	①	②	③	④	⑤
4.	시술자의 위생 상태가 중요하다	①	②	③	④	⑤
5.	시술자의 풍부한 전문지식이 중요하다	①	②	③	④	⑤
6.	시술자의 풍부한 경험이 중요하다	①	②	③	④	⑤
7.	시술자의 시술에 대한 자세한 설명이 중요하다	①	②	③	④	⑤
8.	시술자의 신뢰성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
9.	시술비용이 중요하다	①	②	③	④	⑤
10.	시술시간이 중요하다	①	②	③	④	⑤
11.	시술부위의 지속성(유지기간)이 중요하다	①	②	③	④	⑤
12.	시술 시 통증이 적어야 한다	①	②	③	④	⑤
13.	여러 가지 부작용이 없어야 한다.	①	②	③	④	⑤
14.	시술 후 불편함이 없어야 한다.	①	②	③	④	⑤
15.	시술 후 디자인이나 색상이 중요하다.	①	②	③	④	⑤
16.	외모의 결점 보완이 중요하다	①	②	③	④	⑤
17.	이미지 변화에 도움이 되어야한다	①	②	③	④	⑤
18.	대중교통의 이용 편리성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
19.	주차장 이용의 편리성이 중요하다	①	②	③	④	⑤
20.	집(직장)에서의 접근성이 중요하다	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 두피미세색소요법(S.M.P) 후 외모 만족도에 관한 문항입니다. 해당되는 곳에 (√)선택해 주십시오.

번호	항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다.
1	나는 심리적으로 자신감이 생겼다	①	②	③	④	⑤
2	나는 외모에 대해 전반적으로 만족도가 높아졌다	①	②	③	④	⑤
3	이미지 변신을 통해 기분이 새롭다	①	②	③	④	⑤
4	한번의 시술로 장기간 유지기간에 만족하고 있다	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 귀하가 두피미세색소요법(S.M.P)를 통해 느끼는 구매행동 의도에 관한 항목들입니다. 가장 적절한 곳에 √ 표시해 주시기 바랍니다.

번호	항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다.
1	나는 두피문신(S.M.P)에 대해 전반적으로 만족한다	①	②	③	④	⑤
2	나는 다음에도 재시술이 필요할 경우 재방문할 것이다	①	②	③	④	⑤
3	나는 다른 탈모인에게 두피문신(S.M.P)에 대해 긍정적으로 이야기 할 것이다	①	②	③	④	⑤
4	주위사람이 두피문신(S.M.P)에 대해 묻는다면 시술 받은 곳을 추천할 것이다	①	②	③	④	⑤
5	나는 다른 탈모인에게 두피미세색소요법(S.M.P)를 적극 추천할 것이다	①	②	③	④	⑤

ABSTRACT

The Moderation Effect of Appearance Satisfaction in the Relationship between Scalp Micro-Pigmentation (SMP) Selection Attributes and Purchase Behavioral Intention of People with Hair Loss

Hong, Sung-Ae

Major in Beauty Aesthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

Hair, along with the face, has become an important part of external beauty and confidence to modern people. However, more people are losing their hair regardless of their gender and age due to various reasons including excessive workload, stress, environmental pollution, genetic factors, internal/external factors, disease, childbirth, and diet in the rapidly growing modern society. Therefore, people are receiving hair loss management (e.g., food helpful for growing hair, medicines for preventing

hair loss, shampoo, scalp massage, device, hair transplantation) while spending a lot of time and money.

As the hair loss market expands and diversifies, scalp micro-pigmentation (SMP) is emerging as a new alternative to wigs and hair transplants. Moreover, more people recognize SMP as a safe and satisfactory procedure. It is necessary to study the selection motivation and purchase behavioral intention of consumers from this aspect.

This study conducted a literature review and empirical examination to evaluate the relationship among SMP selection attributes, appearance satisfaction, and purchase behavioral intention of people with hair loss. This study distributed questionnaires to 443 adult males and females between 30 and 59 years old who had received SMP therapy and used 416 recovered questionnaires for analysis. This study carried out descriptive statistics, exploratory factor analysis, correlation analysis, multiple regression analysis, and moderator regression using SPSS version 26.0 and AMOS version 26.0.

The results of this study are as follows.

First, an operator factor and an operation result factor, which were sub-factors of selection attributes, were significantly correlated with appearance satisfaction in the relationship among SMP selection attributes, appearance satisfaction, and purchase behavioral intention of people with hair loss. The results of the correlation analysis between SMP selection attributes and purchase behavioral intention showed that a hygiene factor and purchase behavioral intention, the operator factor and purchase behavioral intention, an economic factor and purchase behavioral intention, an operation result factor and purchase behavioral intention,

and a convenience factor and purchase behavioral intention were significantly correlated. Appearance satisfaction and purchase behavioral intention were also significantly correlated.

Second, the hygiene factor, the operation result factor, and the convenience factor among SMP selection attributes significantly affected purchase behavioral intention in the descending order of magnitude. The results indicated that when respondents were satisfied with the hygiene factor, procedure results, and easy-to-access, they continued to purchase.

Third, the moderation effect of appearance satisfaction was confirmed in the relationship between SMP selection attributes and purchase behavioral intention. It was found that a higher appearance satisfaction level increased the purchase behavioral intention. The result implied that the appearance satisfaction factor was an important moderating effect in the relationship between SMP selection attributes and purchase behavioral intention.

Furthermore, the results of this study showed that the mean of the "operator factor" had the highest importance among SMP selection attributes. I anticipated at the beginning of the study that the cost required to receive SMP therapy would be the most important item. However, the professionalism of the operator was considered as the most important factor even though the cost of SMP is expensive. The results revealed that the rich experience, expertise, and professionalism of the operator were the most important. Side effects and the hygiene factor followed it. The results of this study indicated that it would be necessary to provide professional procedure through thorough on-site hygiene management, theoretical education, and many practices such as independent infection prevention and hygiene management guidelines. Although there are not enough data regarding SMP, this study is meaningful that the results of this study can raise awareness of SMP and

be used as baseline data for future studies. I hope that further studies including studies examining various treatment methods will be actively conducted.

【Keyword】 Scalp micro-pigmentation(SMP), Selection attributes,
Purchase behavioral intention, Appearance satisfaction