

**간편결제 서비스에 대한 지각된 용이성과 유용성이
쇼핑몰 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구**

| 발표자 | 김용금(연세대학교)* / 장운욱(연세대학교)** / 배병윤(연세대학교)***

[요약]

페이 춘추전국시대에 간편결제 서비스는 네이버페이, 카카오페이, 삼성페이, L페이, T페이, 시럽 페이, 스마일 페이, 케이페이, 페이나우, 페이코, SSG페이, H-Wallet, 구글페이, 애플페이, 알리페이, 안드로이드페이 등 ‘페이’관련된 서비스들은 각 회사마다 계속 등장하고 있는 추세이다.

온라인 또는 모바일 쇼핑의 끝에서 복잡한 인증절차와 관련 프로그램 설치로 결제를 포기하거나 다른 결제 회사를 선택해서 또 다시 카드번호, 카드 비밀번호, 인증절차를 거치는 번거로움과 시간을 소비하는 일이 많았다.

예전 방식에 비해서 눈 깜짝할 사이 결제를 진행하는 간편결제 서비스는 말 그대로 ‘빠르고 편리하다’는 장점을 지녔으며, ‘온라인에 처음 한번만 카드정보를 등록하면 그 다음부터는 비밀번호만 입력하면 결제가 완료된다.’

요즘 각 간편결제 서비스 회사들은 가격 할인, 적립금, 포인트 지급 등으로 소비자의 결제 형태를 바꾸고 있다. 쇼핑몰 결제 싯점이라는 중요한 포인트에서 이 연구의 목적은 간편결제 서비스에 대한 지각된 용이성과 유용성이 고객만족과 쇼핑몰 충성도로 인터넷 쇼핑몰 재구매의도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구를 하고자 한다.

핵심주제어: 간편결제 서비스, 모바일 쇼핑, 서비스 지각, 고객만족, 재구매의도

* 연세대학교 정경 · 창업대학원 석사과정, venus016@naver.com

** 연세대학교 정경 · 창업대학원 교수, zara2k@yonsei.ac.kr

*** 연세대학교 정경 · 창업대학원 교수, yonseibby@gmail.com