

모바일 결제시스템 사용자의 정서적, 인지적 반응 과정

박진희¹ · 박혜민¹ · 최훈¹ · 최유정^{2*}

¹부산가톨릭대학교 · ²부산대학교

Emotional and cognitive response process of mobile payment system users

Jin-hee Park¹ · Hye-min Park¹ · Hun Choi¹ · Yoo-jung Choi^{2*}

¹Catholic University of Pusan · ²Pusan National University

E-mail : pjh010129@naver.com / gpals100917@naver.com / chlgnscup.ac.kr /

yjchoimis@pusan.ac.kr

요 약

모바일 결제 시스템 이용자들의 지속적 사용으로 이어지는 과정에서는 정서적, 인지적 반응 과정을 거친다. 본 연구에서는 모바일 결제 시스템의 외부요인(사회적, 시스템, 서비스 특성)이 정서적 반응(즐거움, 정서적 신뢰)과 인지적 반응(인지적 신뢰)이 지속적 사용에 미치는 영향을 파악하기 위해 설문을 진행하였으며, SPSS와 PLS를 사용하여 구조적 모형을 검정하였다. 분석 결과 주요 외부요인이 정서적 반응과 인지적 반응에 영향을 주고, 인지적 반응은 지속적인 사용의도에 영향을 주는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

In the process leading to the continuous use of mobile payment system users, emotional and cognitive reactions are carried out. In this study, a questionnaire was conducted to determine the effect of external factors(social, system, service factors) of the mobile payment system on the continuous use of emotional responses(pleasure, emotional trust) and cognitive responses(cognitive trust). The structural model was tested using SPSS and PLS. As a result of the analysis, it was found that external factors affect emotional and cognitive responses, and cognitive responses affect continuous use.

키워드

mobile payment, trust, cognitive response, emotional response

1. 서 론

IT 기술의 발전 및 스마트폰 사용 확산으로 핀테크가 큰 이슈로 대두되었으며, 최근 들어 핀테크는 필수적인 서비스로 자리잡았다. 특히 핀테크의 한 분야인 모바일 결제 서비스도 빠르게 성장하는 상황이지만, 중국 등의 해외 시장에 비해서는 시장 활성도가 다소 부족한 현실이다.

또한 오프라인과 온라인 서비스를 연결하는 비즈

니스 영역인 O2O 서비스 시장이 확산되면서 오프라인에서 상품 및 서비스를 제공받으면서 결제는 온라인에서 이루어지는 경우도 증가하고 있는 상황에서 모바일 결제 서비스의 활성화를 위해서는 서비스 사용시 신뢰 형성이 중요하다. 이를 통해 감성적, 인지적 반응을 거쳐 지속적인 사용으로 이어짐으로써 해당 핀테크산업의 성장으로 이어질 수 있다. 따라서 본 연구에서는 모바일 결제서비스와 관련된 외부 요인들이 신뢰를 매개변수로 삼아 지속적인 사용에 미치는 영향을 살펴봄으로써 행동적 반응을 일으키는 과정을 살펴본다.

* speaker

II. 모바일 결제 시스템 외부 요인

모바일 결제 시스템의 주요 외부 요인은 크게 사회적 특성, 시스템 특성, 서비스 특성의 세 가지로 구성한다. 사회적 특성 중 (1) 사회적 규범은 새로운 기술의 수용에 대한 대표적인 사회적 영향 변인이며, 이는 어떤 행위 수행에 앞서 선행적으로 개인에게 의미 있는 사람들이 어떻게 인지하는지에 대한 평가를 의미한다. (2) 사회적 이미지는 새로운 기술을 수용함에 있어 자신의 지위와 위상이 강화되는 것을 의미한다.

시스템 특성 중 (1) 간편성은 시스템 이용이 용이하고, 문제없이 효율적으로 이용할 수 있는 편의를 의미한다. (2) 접속성은 결제과정에서 진행 시간이 길어지는 경우 고객의 이탈 행동이 증가할 수 있는 주요 요인으로서 시스템 품질의 주요 요인이 된다[1].

서비스 특성 중 (1) 호환성은 서비스 상황에서 이용자들의 평상시 활용에 큰 편의를 제공할 수 있는 주요 서비스 요인이다. (2) 보안성은 서비스 이용자의 프라이버시 침해와 큰 관련성이 있는 요소로서 보안에 대한 위협은 주요한 변수가 된다.

III. 감성적 반응과 인지적 반응

모바일 결제 시스템을 사용하는 과정에서 외부 요인이 영향을 미치는 감성적인 반응과 인지적인 반응에는 즐거움과 신뢰가 포함되며, 신뢰는 정서적인 신뢰와 인지적 신뢰로 다시 구분될 수 있다[2]. 플로우 이론으로부터 파생된 개념인 즐거움은 시스템 및 서비스를 이용하는 과정에서 개인적으로 즐겁다고 인식하는 정도를 의미하며, 기존의 연구에서 모바일 시스템 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 언급되었다.

결제 시스템 사용의도에 큰 영향 요인이 되는 신뢰는 정서적 신뢰와 인지적 신뢰로 구분되며, 그 중 정서적 신뢰는 안심되는 느낌 및 관계에서 이어지는 친밀감에 의해 결정되는 것으로 감성적 반응에 포함될 수 있다. 반면 인지적 신뢰는 서비스 제공자의 신용 및 역량에 대한 평가를 통해 나타나는 태도로서 계산적인 신뢰이며 이는 인지적 반응에 포함된다.

IV. 연구 방법

본 연구를 위해 설문조사를 실시하였으며, 모바일 결제 시스템을 사용하는 20대를 대상으로 실행하였다. 20대는 한국은행 조사 결과 모바일 결제를 가장 선호하는 집단으로서 주로 이용하는 결제 시스템은 ‘카카오페이’, ‘삼성페이’ 등이었다. 불성실한 응답을 제외한 120부를 분석에 이용하였으며,

실증분석은 SPSS와 PLS를 이용하여 자료의 타당성과 신뢰성을 확보하였다.

분석결과 모든 변수의 크론바 알파계수는 0.79이상, AVE 값은 0.71이상, 합성신뢰도는 0.88이상의 값을 보임으로써 사회과학 연구에서의 일반적인 기준을 모두 상회하는 값을 얻어 신뢰성 및 타당성을 확보함을 확인하였다. PLS를 통해 연구모형을 검증한 결과는 아래의 표와 같다.

표 1. 가설검증 결과

가설	연구가설	경로계수	t-값	검증결과
1	사회적규범 → 즐거움	0.03	0.22	기각
2	사회적규범 → 정서적신뢰	0.33	2.42*	채택
3	이미지 → 즐거움	0.51	3.97***	채택
4	이미지 → 정서적신뢰	-0.21	1.29	기각
5	간편성 → 인지적신뢰	0.23	2.01*	채택
6	접근성 → 인지적신뢰	-0.12	1.20	기각
7	보안성 → 즐거움	0.11	1.12	기각
8	보안성 → 정서적신뢰	0.31	2.86**	채택
9	호환성 → 즐거움	0.22	1.98*	채택
10	호환성 → 정서적신뢰	0.33	3.27***	채택
11	즐거움 → 인지적신뢰	0.20	2.18*	채택
12	정서적신뢰 → 인지적신뢰	0.68	8.32***	채택
13	인지적신뢰 → 지속사용	0.61	9.80***	채택

유의수준 *** : p<0.001, ** : p<0.01, * : p<0.05

V. 결 론

사회적 규범과 보안성, 호환성은 정서적 신뢰에 영향을 미치고, 이미지는 즐거움에 영향을 미치며, 간편성과 즐거움, 정서적 신뢰는 인지적 신뢰에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 최종적으로 인지적 신뢰는 지속적인 사용에 영향을 미치는 것으로 나타나 모바일 결제 시스템의 외부 영향요인들은 감성적, 인지적 반응 과정을 거쳐 지속적인 사용으로 이어지는 것으로 확인되었다.

References

- [1] N. R. Kim and J. Y. Yun, "The Effect of Easiness and Security on Preference of Mobile Easy Payment Service," *Journal of HCI Korea*, Vol. 15, No. 1, pp. 29-37, Mar. 2020.
- [2] K. C. Lee, and N. Chung, "Understanding Factors Affecting Trust in and Satisfaction with Mobile Banking in Korea: A Modified DeLone and McLean's Model Perspective," *Interacting with Computers*, Vol. 21, No. 5, pp. 385 - 392, Dec. 2009.