

衣服選擇基準에 關한 要因構造分析

—서울시내 主婦를 中心으로—

朴 銀 珠* · 李 恩 英

서울대학교 가정대학 의류학과

The Factorial Structure Analysis of the Criteria on Clothing Selection

Eun Joo Park* and Eun Young Lee

Dept. of Clothing and Textiles, College of Home Economics, Seoul National University
(82.7.29 접수)

Abstract

The purpose of this study was to analyze the factorial structure of the criteria on clothing selection.

Data were obtained from 219 housewives in Seoul.

95 likert type questions were selected from the existing questionnaires and from the open-end questions. The items were analyzed for discriminating power, followed by the factor analysis.

57 items were subjected to the principal component analysis with orthogonal rotation after extraction of 5 major factors.

47 items were found to be significantly loaded to at least one of the five factors.

The factors had the following characteristics:

Factor I. The persons scoring high on this factor would invest time and energy in their clothes to achieve their image and individuality. They were interested in clothes, appearance and fashion.

Factor II. The persons scoring high on this factor were more concerned about the practicality of clothing, such as ease-of-care, comfort, texture and quality of fabric. They would not select the clothes which soiled easily and would not perform as expected.

Factor III. High scores on this factor were associated with the eagerness to get the clothing value for the money. They would make a long plan to buy an expensive clothing and choose a unique clothing regardless of fashion.

Factor IV. A high score on this factor was suggestive of modesty. They were willing to buy inconspicuous clothes, such as dark or muted colors, small prints and conservative styles.

Factor V. High scores on this factor were characterized by the desire for conformity and approval of their friends.

This result may be used to develop an instrument to measure the criteria on clothing selection of consumer.

* 紀全女子 專門大學 家政科

* Gijeon Women's Junior College

I. 序 論

우리나라 기성복 산업이 발달함에 따라 衣類製品의 選擇過程에서 나타나는 소비자 행동에 대한 연구가 요구되고 있다.

消費者 行動이란 소비자가 財貨와 用役을 選擇하고 使用하는 과정에 관련된 모든 행동을 말하며¹⁾ 이는 다른 役割行爲(role-behavior)와 마찬가지로 욕망과 욕구를 充足시키는데 그 目的이 있다. McNeal²⁾에 의하면, 消費者의 행동 유형은 나의에 따라 變하며 과거로부터 갖고 있던 소비자로서의 모든 態度와 知識이 結合되어 나타나는 것이라고 하였다. 이러한 소비자 행동은 個人的 욕구와 욕구체제를 만족시키기 위한 선택으로 나타나고 있다. 이와같은 욕구체제에 대해 Bayton³⁾은 심리학적 측면에서 분류를 시도하였고 Ryan⁴⁾은 의복의 선택동기를 4 단계로 설명하였다.

소비자가 의류를 선택할때 중요한 역할을 하는 것은 소비자가 가지고 있는 選擇基準이라고 생각된다. 소비자의 선택기준에 대해 McNeal²⁾과 Engel⁵⁾은 과거로부터의 소비자 經驗과 情報 그리고 여러 心理的 社會的 經濟的인 환경이 축적되어 이루어진 價値등이 明確히 구체화 되는 것이라 설명하고 있다. 卽, 選擇基準은 소비자의 선택을 이해하는데 中心이 되는 개념이며 이에 대한 지식은 결정과정에서, 특정상품에 관련된 욕망과 욕구를 이해하는데 도움이 된다.

衣服選擇基準의 변화 요인으로 나이,^{3,5,6)} 소득수준⁷⁻⁹⁾ 기술적 요인¹⁰⁾ 등이 지적되고 있으며, 실제조사를 통한 의복의 구매요인이 보고되었다.¹⁰⁻¹³⁾ 우리나라에서도 소비자의 의복선택에 관한 연구가 이루어져 왔으나 이중 많은 수의 연구가 사용된 측정도구의 타당성과 신뢰도에 문제점을 가지고 있었다. 소비자의 衣服購買行動은 다양한 選擇基準에 의해 결정되므로, 이들에 영향 미치는 요인들을 包括的으로 測定할 수 있는 타당한 기구를 使用함으로써 연구의 타당성을 높일 수 있을 것이다. 이와같은 의복선택기준에 관한 측정문항의 開發에 앞서, 이들 問項의 選擇要因構造를 分析해 보는 것이 測定紙 開發을 위한 기초 연구로서 必要하다고 하겠다. 따라서 본 연구에서는 既存 說問問項과 自由記述形式의 說問紙를 통하여 消費者들이 衣服選擇過程에서 결정하는 可能的한 모든 사항들을 수집한 후 이들을 要因分析하여 의복선택에 대한 要因構造를 밝히는데 그 目的이 있다.

II. 方法 및 節次

1. 問項選定

衣服選擇의 要因을 밝혀내기 위한 문항은 문헌조사와 실제조사의 두 方法을 利用하여 선정되었다. 先行研究¹⁴⁾에서 실시되었던 衣服購買에 관한 문항의 標集과 서울대학교 가정대학 학생 72명을 대상으로 실시한 自由記述形式에 의해서 95問項을 선정한 후 서울대학교 대학원 25명에 예비조사를 실시하여 최종적으로 93問項을 Likert型 평정척도로 作成하였다.

2. 研究對象

本 研究는 서울시내 主婦를 대상으로 1981년 5월에 임의로 선정한 국민학교, 중학교, 고등학교, 대학교의 학부모와 가정을 방문하여 질문지를 配付하였다. 회수된 자료 중에서 완전한 219부가 統計處理에 사용되었다. <표 1>과 <표 2>는 標本의 연령과 월소득의 度數分布表이다.

3. 資料分析

各 問項에 대해 問項分析을 하여 辨別度를 검증하였으며, 문항간의 상관관계를 몇개의 相互 독립적인 새로운 要因으로 설명하기 위해 主成分分析方法(principal component analysis)을 利用하였다.

<표 1> 標本의 年齡 度數分布表

年 齡 (歲)	人 員 數
20~29	30
30~44	93
45~	94
무 응 답	2
全 體	219名

<표 2> 標本의 月所得 度數分布表

月 所 得 (圓)	人 員 數
~20萬	17
21萬~39萬	88
40萬~59萬	63
60萬~	34
무 응 답	17
全 體	219名

抽出된 主成分 中에서, Kaiser 의 기준에 따라 各要因이 說明할 수 있는 分散의 크기 卽 固有值(eigenvalue)가 1.00 이상인 요인만을 추출하였고, 이 중 고유치가 큰 5 個要因을 擇하여 Kaiser 의 Varimax 方法으로 直交回轉하였다.¹⁵⁾

직교회전하여 결정된 5 個要因의 問項에 대하여 29 명에게 再檢定法(Test-retest Method)을 使用하여 信賴度를 測定하였다.

본 연구의 통계처리는 서울대학교 전자계산소의 IBM 704 SPSS Package 에 의해 分析되었다.¹⁶⁾.

Ⅲ. 結 果

1. 問項分析

93 問項 各各에 대해 平均, 標準誤差, 標準偏差 및 相對度數分布를 구하여 지나치게 한쪽으로 기울어진 문항은 제외시켰다¹⁷⁾. 이 기준에 의해 93 문항中 36 문항이 제외되어 57 문항이 要因分析에 사용되었다.

2. 要因構造分析

主成分分析¹⁸⁾ 결과는 <표 3>과 같다. 固有值가 1.00 이상인 要因은 21 개 요인이었으며, 이 중 要因 5 까지는 各 요인이 설명해 주는 分散의 크기 증가가 비교적 크나 다음 요인부터는 차츰 완만하게 감소하였다. 이는 共通要因(common factor)보다는 特殊要因(specific factor)이 포함될 가능성을 示唆해 주므로¹⁹⁾, 공통요인의 포함가능성이 많은 5 個要因에 대해 Varimax 方法으로 직교회전하였다. 그 결과는 <표 4>와 같다.

<표 5>는 5 個要因分析에서 各 요인의 要因負荷량이 ±.30 이상인 문항을 나타내고 있다. 문항의 부하량이

<표 3> 要因別 固有值 및 累積百分率

통계치 요인	固有值 (eigenvalue)	累積百分率 (c.p.)	통계치 요인	固有值 (eigenvalue)	累積百分率 (c.p.)
2	3.4069	16.8	31	0.6896	80.8
3	2.3274	20.9	32	0.6766	82.0
4	2.1169	24.6	33	0.6494	83.1
5	1.9920	28.1	34	0.6208	84.2
6	1.7759	31.2	35	0.6030	85.2
7	1.7551	34.3	36	0.5906	86.3
8	1.6950	37.3	37	0.5695	87.3
9	1.6211	40.1	38	0.5408	88.2
10	1.5769	42.9	39	0.5083	89.1
11	1.4131	45.3	40	0.4949	90.0
12	1.3817	47.8	41	0.4732	90.8
13	1.3446	50.1	42	0.4535	91.6
14	1.3220	52.4	43	0.4494	92.4
15	1.2584	54.7	44	0.4215	93.1
16	1.2416	56.8	45	0.4176	93.9
17	1.1605	58.9	46	0.3967	94.6
18	1.1422	60.9	47	0.3889	95.2
19	1.0776	62.8	48	0.3393	95.8
20	1.0243	64.6	49	0.3315	96.4
21	1.0051	66.3	50	0.3159	97.0
22	0.9788	68.0	51	0.3023	97.5
23	0.9166	69.7	52	0.2864	98.0
24	0.8797	71.2	53	0.2577	98.5
25	0.8693	72.7	54	0.2441	98.9
26	0.8269	74.2	55	0.2309	99.3
27	0.7923	75.6	56	0.2119	99.7
28	0.7696	76.9	57	0.1888	100.0
29	0.7570	78.2			

<표 4> 직교회전에 의해 얻어진 5개요인의 요인부하량과 共因量

문항 a	I						문항	II					
	I	II	III	IV	V	h ²		I	II	III	IV	V	h ²
1	.21	.14	-.20	-.12	.38	.28	25*	.19	-.10	.01	.11	-.09	.07
3	.23	-.33	-.13	.07	.04	.18	27	.11	.30	.06	.08	-.03	.12
4*	.13	.01	.14	.08	.09	.06	29	.37	.18	-.04	.14	.07	.20
5	-.08	.38	.02	.05	.07	.16	30	.06	-.30	.19	.12	.39	.31
6	.03	.29	.03	.25	-.24	.21	32	.20	-.14	-.00	.27	.32	.24
7	.17	.19	.10	.28	-.04	.16	33	.08	.40	.19	-.02	-.32	.31
9	.41	-.05	.00	.29	.00	.26	34	.33	.12	.20	-.25	-.05	.24
12*	.29	-.27	.04	.03	.20	.21	36	.49	.01	.07	.04	.09	.26
19*	-.01	.20	-.14	.14	-.06	.09	37	.33	.25	.08	.01	.29	.27
23	-.05	.10	.19	.09	.32	.16	38	.00	-.04	.03	.07	.41	.18

문항 a	I	II	III	IV	V	h ²	문항	I	II	III	IV	V	h ²
39	.48	.07	.19	-.09	.02	.29	65	-.05	.05	.42	.02	.18	.22
40	.22	.06	.31	-.01	.04	.15	70	.42	.06	.03	.08	.02	.20
42	.19	-.07	.38	-.17	.01	.23	71	.35	-.15	.20	.17	-.00	.23
43	-.00	.03	.09	.39	.05	.17	72	.20	.05	.48	-.10	-.03	.29
44	.39	-.02	.00	.13	.06	.18	73	.02	-.01	-.02	-.10	.42	.20
45*	.28	.00	.22	.20	-.12	.19	78*	.18	.17	.01	.18	.04	.10
46	.38	-.25	.30	-.03	-.04	.31	81	.24	.11	.27	.29	.23	.29
47	.22	-.07	.30	.29	-.07	.24	82*	.03	.21	.25	.17	-.09	.15
48	.12	.18	.00	.33	.07	.17	84	.11	-.07	-.09	.44	-.02	.23
49	.36	-.00	.31	.03	.15	.26	86	.18	.47	-.04	-.24	-.02	.32
50	.05	.26	-.01	.30	.13	.18	87	.00	.47	.21	.05	.08	.23
51	.07	-.10	.37	.28	.18	.27	88	.54	-.09	.26	.11	-.05	.40
53	-.08	.19	.41	.00	-.03	.22	89	.56	.00	.17	.01	.06	.36
55	.21	.21	.18	.35	-.04	.25	90	.47	.22	.20	.02	-.07	.33
56	.09	.23	.45	.02	-.13	.29	91	.18	.33	.25	.14	-.20	.28
58	.15	-.07	.34	.04	.03	.16	92	-.01	.50	.08	.24	-.00	.32
59	.26	.09	-.05	.04	.31	.18	93	.31	.18	-.06	.08	.08	.15
60	.05	.36	.44	.09	.01	.34	A	5.59	2.83	1.72	1.52	1.40	31.07
62	.28	.14	.38	.25	-.11	.33	B	42.8	21.7	13.2	11.6	10.7	100.0
64	.01	.62	.00	-.07	.08	.40							

A: Eigenvalue

B: Percent of total variance

a 제시된 번호는 본 조사 설문지의 문항번호이다.

* 5개요인에서 意味있는 부하량을 나타내지 못한 문항

〈표 5〉 要因別 問項과 그 要因負荷量

Factor I	負荷量	발달한 스타일의 옷을 즐겨 장만한다.	負荷量
89. 내가 사려고 생각한 스타일은 여러 매장을 돌아 다녀서라도 찾아서 산다.	.56990	(F III. 30316)	.38646
88. 자신의 이미지나 개성을 나타낼 수 있는 옷을 고른다.	.54765	29. 원피스보다는 다양하게 입을 수 있는 투피스를 더 즐겨 장만한다.	.37169
36. 디자인이 가장 마음에 드는 옷을 산다.	.49465	49. 옷을 사기전에 미리 잡지나 백화점을 둘러보고 유행하는 스타일을 알아본다.	.36911
39. 좀 더 새롭고 세련된 옷을 사기 위해 여러 가게를 돌아 다닌다.	.48521	71. 남들이 많이 입지 않는 옷을 사려고 한다.	.35956
90. 색채가 가장 마음에 드는 옷을 산다.	.47505	34. 되도록이면 다양한 스타일과 색상의 옷을 산다.	.33394
70. 값싼 옷감의 모양있는 옷과 값비싼 옷감의 모양 없는 옷이 있으면, 모양있는 옷을 산다.	.42967	37. 남에게 좋은 인상을 줄 수 있는 옷을 사려고 한다.	.33342
9. 이옷을 어느 계절에, 언제, 어디에 갈때 입을까를 생각해 본다.	.40858	93. 같은 가격의 정장과 활동적인 옷이 있을 경우 정장을 산다.	.31965
44. 혹시 유행이 바뀌어 못 입게 되는 디자인이 아닌가 하고 걱정이 되는 옷은 사지 않는다.	.39163	Factor II.	
46. 성숙한 여인 같은 분위기의 옷보다는 젊고		64. 더러움이 쉬 타지 않는 색상의 옷을 산다.	.62337
		92. 유행하는 옷이 아니더라도 입어서 편한 것이면 산다.	.50843
		87. 옷이 작아지면 늘릴 수 있는 여유분이 많	

- 은가를 우선 살펴본다. .47188
- 86. 좋고 비싼옷 한 두벌 보다는 덜 좋더라도 여러 벌의 옷을 산다. .47185
- 33. 유명한 상표보다는 옷감의 질을 우선으로 한다. (FV-32893) .40161
- 5. 무엇보다도 크기가 풍성하며 편안한 옷을 산다. .37575
- 91. 항상 계획에 의해 꼭 필요한 옷만 산다. .33497
- 3. 마음에 드는 옷이 있으면, 그 값으로 다른 두벌의 옷을 살 수 있다해도 그 옷을 산다. - .32290
- 27. 질감에 대해 민감하기 때문에 무엇보다도 좋은 질감의 옷을 산다. .3002
- Factor III.
- 72. 유행보다는 독특한 디자인의 옷을 산다. .48642
- 56. 코우트나 슈우트 같이 비싼옷을 살때는 장기 계획을 세운다. .45239
- 60. 이 옷을 과연 얼마나 오랫동안 새옷같이 입을 수 있을까를 생각해 본다. (FII.36415) .44546
- 65. 가장 믿을 만한 회사의 상품을 산다. .42328
- 53. 전체적인 모양보다는 단추, 주머니, 장식 등 작은 부분을 더 자세히 본다. .41414
- 62. 내가 갖고 있는 다른 옷과 맞추어 입을 수 있나를 생각해 본다. .38845
- 42. 치마 보다는 바지를 더 많이 산다. .38747
- 51. 정찰제인 상점이 부담없이 고를 수 있기 때문에 대부분 이런 곳에서 옷을 산다. .37888
- 58. 신축성 있는 니-트종류나 입기 편한 청바지 정도를 주로 산다. .34932
- 40. 내 피복비를 최대한으로 활용하여 옷을 잘

- 사려고 노력한다. .31234
- 47. 우선 내 체형의 단점(예, 너무 뚱뚱하거나 마른 체형)을 감출 수 있는 옷을 산다. .30180
- 49. 옷을 사기전에 미리 백화점을 둘러보고 대강의 가격을 알아본다. .31327
- Factor IV.
- 84. 밝은색의 옷보다는 어두운 색 계통의 옷을 택한다. .44694
- 43. 되도록이면 눈에 띄지 않는 옷을 산다. .39974
- 55. 입을 수 있는 기간이 긴옷을 우선으로 산다. .35108
- 48. 크고 대담한 무늬가 나에게 어울리더라도 잔잔한 무늬의 옷을 산다. .33389
- 50. 옷 자체에 별 모양이 없어도 나에게 어울리면 산다. .30721
- Factor V.
- 73. 친구와 함께 쇼핑할 때 친구가 사는 옷과 비슷한 옷을 사게 된다. .42625
- 38. 언니 혹은 윗사람과 쇼핑할때는, 언니나 윗사람이 택하는 옷을 산다. .41628
- 30. 가장 고급 상표의 옷을 사려고 한다. (FII-30312) .39718
- 1. 친구들이 입는 옷과 비슷한 스타일의 옷을 사게 된다. .38971
- 32. 특별한 행사가 있으면, 새 옷을 장만한다. .32294
- 23. 비록 내맘에 들지 않는 옷이라도 남편이나 가족들이 좋아하는 종류의 옷이면 산다. .31671
- 59. 비록 옷의 모양이 마음에 들지 않아도 적당한 가격이면 산다. .31214

• 유의한 부하량을 나타낸 두개요인 중 해당되지 않은 요인과 그 요인 부하량은 괄호 안에 제시하였다.

두 요인 이상에서 有意하게 나타났을 경우 가장 높은 부하량을 보이는 요인에 포함시켰다. 49번문항(“옷을 사기 전에 미리 잡지나 백화점을 둘러보고 요즘 유행하는 옷과 그 가격을 알아본다”)은 要因 I (.36911)과 要因 III (.31327)에서 비교적 유사한 부하량을 나타내고 있다. 이는 문항이 두 要因의 특성을 함께 반영한다고 할 수 있으므로 두개의 문항으로 분리하였다.

<표 6>은 추출된 5개요인 사이의 相關關係表이다. 要因 I과 要因 III이 가장 높은 相關을 보이며, 要因 I과 IV, 要因 II과 IV가 높은 관계를 보이고 있다. 要因 I, II, III, IV는 비교적 높은 상관 관계를 나타내나 要因 V는 要因 IV와 약한 정적 상관관계를 나타낼 뿐 그밖의

<표 6> 要因間の 相關關係表

factor	1	2	3	4	5
2	.219				
3	.438	.259			
4	.336	.268	.294		
5	.127	-.077	.079	.134	

요인과는 매우 낮은 관련성을 보이고 있다. 즉, 동조성 위주의 구매(要因 V)는 個性이나 실용성, 경제성, 정숙성 위주의 구매活動(要因 I, II, III, IV)과는 상관 없이 이루어짐을 알 수 있다.

IV. 結 論

衣服選擇基準에 관한 5個 要因의 構造를 分析해 보면 다음과 같다.

要因Ⅰ은 個性表現을 위주로 한(Individuality Conscious)구매이다. 이 요인에서 높은 점수를 나타내는 소비자는 自身の 이미지나 個性을 表現하기 위해 많은 시간과 努力을 소비하며 디자인과 色彩, 스타일을 우선으로 보고 衣服과 외모 그리고 유행에도 관심이 높다. 이 요인이 갖는 分散의 크기 卽, 固有値는 5.5956으로 5個要因 總分散의 42.8%를 설명해 주며 15 문항이 이에 포함된다.

要因Ⅱ는 실용성 위주(Practicality Conscious)의 구매로써 衣服管理의 容易함과 着用時의 편안함을 중요시하며, 品質, 실용성, 質感에 관심이 있다. 이 요인의 固有値는 2.2827이며 5개요인 총분산의 21.7%에 該當하며 9 문항으로 구성되었다.

要因Ⅲ은 경제성 위주(Economy Conscious)의 구매로써, 衣服을 구입하기 위해 장기계획을 세우고 유행에 관계없이 독특한 디자인을 擇한다. 세밀한 부분(details)을 자세히 살피고, 오랫동안 새 옷감이 입을 수 있으며 착용과 活動이 편한 衣服을 購買하는 경향이 있다. 정찰제인 상점을 주로 利用하고 가격을 미리 알아보기도 하여 적당한 가격의 좋은 구매를 하려고 노력한다. 이 요인에 해당되는 문항은 모두 12 문항이다.

要因Ⅳ는 정숙성 위주(Modesty Conscious)의 구매이다. 밝은 색보다는 어두운 색 계통을, 크고 대담한 무늬보다는 남의 눈에 띄지 않는 잔잔한 무늬의 衣服을 擇하며 個性의 表出보다는 오랜 기간 입을 수 있고 여성다운 스타일의 衣服을 구입하는 경향이 있다. 이 요인에 포함되는 문항은 5개에 불과하다. 이는 조사 문항을 선정할때 이 요인에 속할수 있는 문항 표집이 부족했기 때문인 것으로 推理된다.

要因Ⅴ는 동조성 위주(Conformity Conscious)의 구매이다. 자신의 個性보다는 친구들과 비슷하게 의복을 擇하는 경향이 있으며 언니나 손윗사람이 택해 주는 의복을 구입하기도 한다. 특별한 경우를 위해 새 옷을 장만하기도 하여 다른 사람에 의한 認定에도 관심이 있다.

5個要因에서 有意한 負荷量을 나타낸 문항은 57 문항 中 47 문항에 達하며 어느 요인에도 包含되지 않은 문항은 5개요인 이외의 特殊要因으로 해석될 수 있다. 要因Ⅳ와 Ⅴ에 該當되는 問項의 不足과 5개요인 이외

의 要因은 조사대상 영역을 확대하여 검사문항을 標集해 봄으로써 補充될 수 있을 것이다.

以上の 抽出된 5個要因에 對해 信賴度를 측정된 결과, 要因Ⅰ은 0.90, 要因Ⅱ는 0.74, 要因Ⅲ은 0.76, 要因Ⅳ는 0.86, 要因Ⅴ는 0.74의 만족할 만한 신뢰도계수를 얻었다.

이와같은 衣服選擇要因의 構造分析 결과는 의복선택 기준에 관한 측정문항의 開發에 도움을 줄 것이며, 앞으로 우리나라 섬유산업 발전에 따라 變化하게 될 消費者의 態度에 병행하여 계속 연구되어야 할 것이다.

參 考 文 獻

- 1) Burk, M.C., "An Integrated Approach to Consumer Behavior", *Journal of Home Economics*, 59, (1967).
- 2) McNeal, J.U., *Dimension of Consumer Behavior*, 2nd ed., N.Y.: Appleton-Century-Crafts, 16, (1969).
- 3) Ryan, M.S., *Clothing: A Study in Human Behavior*, N.Y.: Holt Rinehart & Winston Inc., 148~150, (1966).
- 4) Engel, J.F., Kolat, D.T., and Blackwell, R.D., *Consumer Behavior*, 2nd ed. N.Y.: Holt Rinehart & Winston Inc.,
- 5) 金東基, 現代마케팅原論, 博英社, 155, (1979).
- 6) Bonaker, D.L., "A Study of Fashion Interest and Clothing Selection Motives", *Home Economics Research Abstracts*, (1970)
- 7) Anspach, K., *The Why of Fashion*, Iowa State Press, 147~149, (1967).
- 8) Horn, M.J., *The Second Skin*, 2nd ed., Houghton Mifflin Co., 436, (1975).
- 9) Horton, S.M., "Clothing Buying Habits of College Women and the Significance of Race as Determinants of Buying Behavior", *Home Economics Research Abstracts*, (1976).
- 10) Jenkins, M.C., *Clothing and Textile Evaluative Criteria: Basis for Benefit Segmentation and Reflection of Underlying Values*, Doctoral dissertation, Ohio State University 33~41, (1973).
- 11) 임숙자, "衣服選擇 동기에 관한 연구", 「論叢」, 18, (1977).
- 12) 한명숙, "主婦의 衣生活 態度에 관한 연구", 상명

역사대 논문집, 8, (1980).

- 13) Dittoe, D.M., "Consumer Knowledge and Use of Textiles Label Information", *Home Economics Research Abstracts*, (1975).
- 14) Creekmore, A.M., *Methods of Measuring Clothing Variables*, (1966).
- 15) Child, D., *The Essentials of Factor Analysis*, N.Y.:Holt Rinehart & Winston Inc., (1970).
- 16) Nie, N.H., Hull, C.H., Jenkins, J.G., Steinbrenner, K. and Bent, D.H., *SPSS: Statistical Package for the Social Science*, 2nd ed. N.Y.; McGraw-Hill, 468~514, (1975).
- 17) Jenkins, M.C., *Clothing and Textile Evaluation Criteria; Basis for Benefit Segmentation and Reflection of Underlying Values*, Doctoral dissertation, Ohio state University, 83, (1973).
- 18) Harmann, H.H., *Modern Factor Analysis*, University of Chicago Press, 154~159, (1960).
- 19) Rummel, R.J., *Applied Factor Analysis*, Evanston; Northwestern University Press, (1970).