

웹사이트 사용성 요인이 인터넷서점의 고객 재방문의도에 미치는 영향

유 일*, 김재전**, 노희옥***

< 목 차 >

I. 서론	IV. 연구설계
II. 이론적 고찰	4.1 자료수집 및 분석 방법
2.1 웹사이트 사용성	4.2 측정도구의 신뢰성과 타당성 분석
2.2 기술수용 모형	4.3 측정모형의 검증
III. 연구모형 및 가설	4.4 구조모형의 검증
3.1 연구모형	4.5 연구가설의 검정 및 결과
3.2 연구가설	V. 결 론
3.3 변수의 조작적 정의와 측정	참고문헌
	Abstract

I. 서 론

Binbunan-Fich(2001)는 WWW의 급속한 확산으로 대부분의 조직들이 상업적 웹사이트를 개발하였고 현재의 정보시스템에 웹인터페이스를 추가하고 있다고 하였다. Palmer(2002)는 2005년까지 2억 개의 사이트들을 생성한다면, 웹사이트가 계속해서 페이지를 추가하기 때문에, 실제 웹 페이지의 수는 훨씬 더 증가할 것이라고 하였다. 실제로, Nielsen은 2005년까지 5백억 페이지의 성장을 예상하고 그것이 구체화되면 사용자들이 웹사이트에서 무엇을 원하는 가의 측정은 중요한 연구 영역이 된다고 주장하였다.

이는 웹이 대중화 되면서 웹사이트 개발의 초점이 개발자가 아닌 이를 사용하고 평가하게 될 사용자에게 맞춰지게 되고, 그에 따라 사용자가 쉽게 배우고 빨리 인식할 수 있도록 개발하는 사용성(usability)의 원리가 웹의 사용용이성을 향상시키는 데 있어서 매우 중요한 역할을 하게 됨을 의미한다. 웹사이트의 사용성은 방문객이 공식적인 훈련을 받지 않고 얼마나 잘 얼마나 쉽게

* 순천대학교 경영통상학부 부교수, ilryu@sunchon.ac.kr

** 전남대학교 경영학부 교수, jaejon.kim@acm.org

*** 전남대학교 대학원 경영학과 박사과정, meow999@hanmail.net

그 사이트와 서로 상호작용하는가로 정의된다(Binbunan-Fich, 2001). 분명히 더 나은 사용성은 사용자와 사이트 사이의 효율적인 상호작용을 낳을 것이고 그 사용자가 되돌아와서 구매할 가능성을 증가시킬 것이다.

그러나 웹사이트 사용성이 웹사이트 성공의 중요한 요소임에도 불구하고 지금까지 웹사이트 사용성에 대한 국내 연구는 거의 없었다. 최근에 연구가 활발히 이루어지고 있는 국외 연구들의 경우도 학자들마다 사용성 측정에 대해 다양한 시도를 보이고 있다. 초기 사용성 연구의 선구자인 Nielsen(1996)은 웹기반 애플리케이션이나 전통적인 소프트웨어 애플리케이션의 사용성 측정 구성들을 사용용이성, 사용효율성, 기억용이성, 에러율, 사용자 만족으로 구분하였고, 그 이후 많은 연구자들이 Nielsen의 개념을 자주 사용해왔다. 그러나 이는 웹이 사용자 환경에 광범위하게 적용되기 이전의 정보시스템 중심의 사용성 원칙들이라고 볼 수 있으며, 최근의 웹 사이트 사용성 연구들(Binbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Venkatesh & Agawal, 2002)의 흐름과는 상당한 차이를 나타내고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 정보시스템 분야의 사용성 연구와 웹기반의 사용성 연구들을 종합적으로 고찰하여 사용성의 주요 요인을 찾아내고 웹사이트 사용성 요인이 기술수용모형(Technology Acceptance Model: TAM)의 지각된 이용용이성과 지각된 유용성을 매개로 웹사이트 고객의 재방문의도에 미치는 영향을 실증연구를 통하여 검증하고 TAM을 확장하는데 있다. 본 연구의 목적을 구체적으로 기술하면 다음과 같다. 첫째, 문헌연구를 통하여 웹사이트 사용성을 구성하는 주요 요인들을 도출하고, TAM을 기반으로 고객의 웹사이트 재방문의도에 대한 개념적 모형을 구축한다. 둘째, 실증연구를 통하여 웹사이트 사용성 요인의 영향력을 파악하고 확장된 TAM 모형의 타당성을 검증한다. 셋째, 본 연구결과를 통하여 웹사이트를 설계하는 실무자들과 조직에 전략적 시사점을 제공한다.

II. 이론적 고찰

2.1 웹사이트 사용성

웹의 광범위한 사용 이전에 정보시스템의 사용성은 (1) 인터페이스의 일관성, (2) 응답 시간, (3) 맵핑과 메타포스, (4) 상호작용 스타일, (5) 멀티미디어와 시청각의 다섯 가지 핵심 요소들을 명료하게 표현한 디자인 원칙들을 의미하였다(Nielsen, 1993).

웹이 점차적으로 필수적인 인터페이스가 된 이후 사용성 연구는 기본적인 사용성 원칙들을 웹 환경으로 확장시키는데 초점을 맞추기 시작했다(Nielsen, 2000; Shneidermann, 1998). 최근 웹사이트가 성숙단계에 도래하자 표준들이 출현되기 시작하면서 기본적인 디자인 원칙들을 중심으로 사실상 약간의 동질화가 발생하였다(Pearrow, 2000).

Palmer(2002)는 웹사이트 다운로드 지연, 네비게이션, 콘텐츠, 상호작용성, 그리고 반응성을 사

용성과 디자인 요인으로 보고 이 요인들이 웹사이트 성공에 미치는 영향에 관한 연구를 했다. 웹사이트 성공 측정 요인으로는 사용자 만족, 회귀 가능성, 그리고 사용 빈도를 사용했고, 분석 결과 웹사이트의 사용성과 디자인 요소들은 모두 웹사이트에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Nielsen(1996)은 사용자가 웹기반 혹은 전통적인 소프트웨어 애플리케이션과 상호작용 했을 때, 그 사용자의 경험의 질의 측정으로써 사용성을 정의하고, 다섯 가지 특징 즉 학습용이성, 사용효율성, 기억용이성, 에러 빈도, 주관적 만족을 제시하였다.

Scharl & Bauer(1999)는 상업적 웹기반 정보시스템을 평가하는 세 가지 기준으로 콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성을 제시하였다. 그들은 주로 정보의 프레젠테이션, 사용자와 사이트 사이의 향해 신호, 그리고 상호작용의 특성을 웹기반 시스템들의 세 가지 다른 보완적인 측면으로 다루었다.

Tilson 등(1999)은 상업적 웹사이트에 대한 15개의 사용성 원칙들을 제안하였다. 이러한 원칙 들로는 제품 메뉴의 단순성, 상품의 유용한 분류, 제품 목록의 범위를 좁히는 지원, 제품 사진과 묘사의 이용가능성, 주문 버튼/링크의 명확성, 주문 프로세스의 이해에 대한 지원, 적당한 피드백, 안전 통보의 방해, 쇼핑을 계속하기를 원하는 사용자에게 대한 지원을 들 수 있다.

Benbunan-Fich(2001)는 Tilson 등의 15개의 사용성 가이드라인에 Scharl & Bauer의 세 가지 평가 매개변수(콘텐츠, 네비게이션, 상호작용)를 적용시켜 프로토크 분석을 시도하였다.

국내의 연구로 최동철(2002)은 웹 사용성의 기본적인 개념은 무엇보다도 사용자가 얼마나 쉽고 빠르게 원하는 유의한 정보를 찾아 볼 수 있는가에서 출발한다고 주장하였다. 그는 ISO(International Organization for Standardization, 1992)에 의한 정의, 웹사이트 사용성의 국제적인 전문가인 제이콥 닐슨(Nielsen, 1993)이 정의한 사용성을 좌우하는 요소들, 그 외, Shneiderman(1987), McKenzie(2000), Cato(2001) 등의 정의를 종합해 다음과 같이 정의하고 있다.

1) 학습용이성(Easy to learn): 사용자가 처음 방문한 사이트의 인터페이스의 사용법을 쉽게 습득할 수 있는가, 2) 사용효율성(Efficient to use): 사용법을 알았다면 빠르고 효율적으로 원하는 정보를 찾거나 목적을 달성할 수 있는가, 3) 기억용이성(Easy to remember): 차후에 반복해서 방문할 경우 사용법을 쉽게 기억할 수 있는가, 4) 사용유연성(Flexible to use): 사용자가 사용도중 실수를 하거나 에러가 발생할 경우 쉬운 해결책을 제공할 수 있는가, 5) 주관적 만족(Pleasant to use): 사용자가 사이트에서 즐거움을 느끼고 만족한 상태에서 사이트를 떠날 수 있는가.

노영현(2002)은 웹사이트 사용성 평가 방법을 비교하는 연구에서 웹인터페이스 디자인 이론을 이용하여 사용성의 평가요인을 도출했는데, 이는 상품찾기 용이성, 제품비교 용이성, 메뉴구분의 명확성, 제품과 제품설명 용이성, 검색의 용이성, 아이콘 의미 파악의 용이성, 방문했던 곳 인식 용이성, 사이트의 인상이다.

다음 <표 1>은 웹사이트 사용성과 관련된 주요 연구결과들을 요약한 것이다.

<표 1> 웹사이트 사용성 관련 주요 연구

연구자	연구내용	주요 연구변수
Scharl & Baluer(1999)	정보의 프레젠테이션, 사용자와 사이트 사이의 네비게이션, 상호작용의 특성으로 웹기반 정보시스템 평가	콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성
Tilson(1999)	상업적 웹사이트에 대한 15가지 유저빌리티 원칙을 제안	제품 메뉴의 단순성, 주문 버튼/링크의 명확성, 피드백
Nielsen(2000)	정보시스템의 유저빌리티 원칙들을 웹환경으로 확장	네비게이션, 응답시간, 신뢰, 콘텐츠
Benbunan-Fich (2001)	Tilson(1998) 등의 15가지 유저빌리티 원칙들을 Scharl과 Bauer(1999)의 상업적 웹 정보 시스템을 평가하는 세 가지 표준들에 적용.	콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성
Palmer (2002)	웹사이트 유저빌리티, 디자인, 성과 매트릭스 개발	다운로드 지연, 네비게이션, 콘텐츠, 상호작용성, 응답성, 사용자만족, 회귀가능성, 사용빈도
이향재(1998)	유저 인터페이스의 효과적인 시각성 제시	시각적 측면, 인지적 측면, 디자인특성
김종환(2000)	웹에 있어서 유저빌리티 향상을 위한 디자인 작업공정의 분석과 방법론 제안	텍스트 콘텐츠, 멀티미디어 콘텐츠, 네비게이션 디자인
최동철(2002)	웹유저빌리티 원칙을 기반으로 플래시의 개선방향 및 가이드라인 제시	학습용이성, 사용효율성, 기억용이성, 사용유연성, 사용만족
노영현(2002)	웹인터페이스 디자인 이론을 이용하여 유저빌리티 평가요인을 도출하고 웹유저빌리티 평가 방법을 비교함	상품찾기 용이성, 제품비교 용이성, 메뉴구분의 명확성, 제품설명의 용이성, 검색의 용이성, 아이콘 의미 파악의 용이성, 사이트의 인상

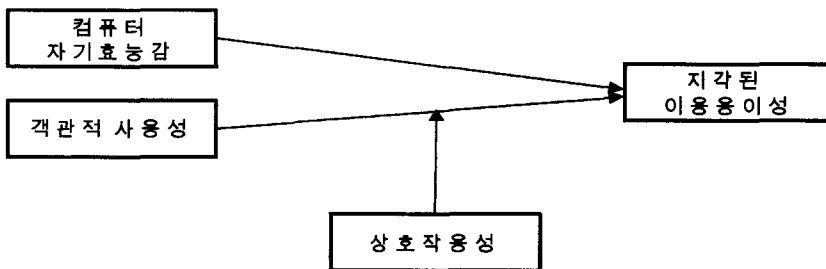
본 연구는 이상과 같은 선행연구 결과를 바탕으로 웹사이트 사용성 요인으로 콘텐츠(Agarwal & Venkatesh, 2002; Benbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Scharl & Bauer, 1999), 네비게이션(Benbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Scharl & Bauer, 1999), 상호작용성(Benbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Scharl & Bauer, 1999)과 포괄적인 요인인 디자인(Aladwani & Palvia, 2002; Nielsen, 1993; Tilson et al., 1999; 노영현, 2002)을 선정하였다.

2.2 기술수용모형

Saga & Zmud(1994)는 정보기술 수용의 본질과 결정요인들을 조사할 목적으로 20여 편의 실

중연구들을 분석하고 정리하였는데, 이들의 연구에 의하면 20여 편의 연구 중에서 Davis(1989)의 기술수용모형이 정보기술 수용에 관한 기존 연구에 가장 큰 영향을 미친 이론으로 보고 되었다. TAM(Davis, 1989; Davis et al., 1989)은 사회심리학 분야의 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action: TRA)을 기초로 정보기술 사용자의 행위를 설명하고 예측하려는 모형이다. TAM은 기술을 이용하려는 개인의 행위의도를 결정하는 두 가지 행위신념 즉, 지각된 이용용이성(perceived ease of use)과 지각된 유용성(perceived usefulness)을 제안하고 있다. 또한 이용의도에 대한 외부 변수들(개인 특성, 시스템 특성 등)의 효과가 이 두 가지 주요 신념에 의해 매개된다고 제안하고 있다. 지각된 이용용이성은 개인이 특정한 시스템을 이용하는 것이 보다 용이할 것이라고 믿는 정도를 말한다. 지각된 이용용이성을 노력의 개념으로 정의한다면, 사용자들이 시스템 이용과정에 대한 평가를 보고할 수 있다고 기대한다. 따라서 지각된 이용용이성은 과정기대(process expectations)라고 볼 수 있다. 지각된 유용성은 특정한 시스템을 이용하는 것이 개인의 직무성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도를 의미한다. 과정기대인 지각된 이용용이성과 대조적으로 지각된 유용성은 결과기대(outcome expectations)이다. 지각된 유용성은 다른 조건이 동일하다면 기술이 이용하기 쉬울수록 더욱 유용하게 지각할 것이므로 지각된 이용용이성에 의해 영향을 받는다고 기대된다. 이용의도에 대한 지각된 이용용이성의 직접 효과는 학습과 행위의 초기 단계에서 강하게 나타나지만, 시간이 흐르고 경험이 쌓임에 따라 이 효과는 지각된 유용성을 통하여 간접적으로 작용을 한다(Davis et al., 1989).

본 연구에서도 TAM을 기반 이론으로 사용하므로 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 이용의도에 영향을 미치고, 이용의도가 이용행위를 결정한다는 TAM의 기본 가정을 따른다. 기존의 많은 실증연구들이 TAM을 지지하고 있으며, 대표적인 연구로는 Adams 등(1992), Davis(1989), Davis 등(1989), Igarria 등(1997), Mathieson(1991), Taylor & Todd(1995), Venkatesh & Davis(1996, 2000) 등이 있다.



<그림 1> Venkatesh & Davis의 연구모형

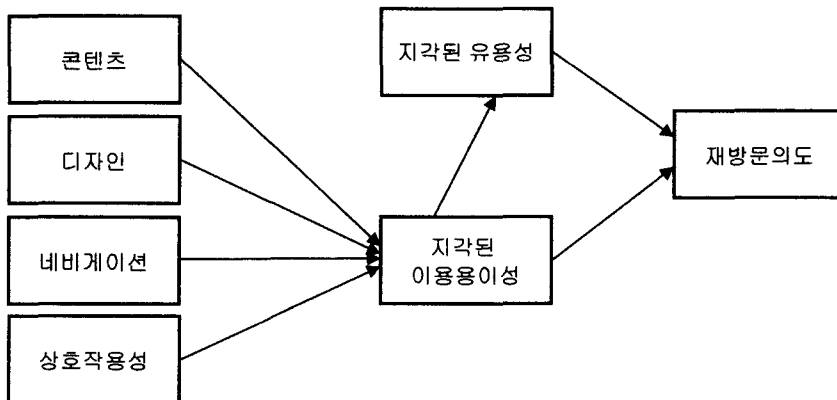
Venkatesh & Davis(1996)는 TAM에서 시스템의 객관적 사용성과 지각된 이용용이성을 구별하고, 이용용이성이 시스템의 사용성 특성들과 사용자마다 숙달정도가 다른 컴퓨터 자기효능감 정도에 의해 결정된다고 주장하였다. 더욱이, 저자들은 이용용이성이 시스템에 대한 직접적인 사용직후 객관적 사용성에 의해 영향을 받는다는 것을 이론화하였다. 이 연구에서의 객관적 사

용성은 “서로 다른 두 시스템을 얼마나 쉽게 다루는가”로 정의하였다. 다음 <그림 1>은 객관적 사용성과 지각된 이용용이성 사이의 이론적 관계를 묘사한 것이다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

본 연구에서는 기존의 웹사이트 사용성(Agarwal & Venkatesh, 2002; Benbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Venkatesh & Davis, 1996, 2000)과 정보기술 수용(Davis, 1989; Taylor & Todd, 1995) 관련 연구결과들을 중심으로 인터넷 서점 사이트의 고객 재방문에 대한 웹사이트 사용성의 역할을 규명할 수 있는 모형을 개발하였다.



<그림 2> 연구모형

본 연구의 주요 이론적 기초는 웹사이트 사용성 이론과 TAM(Davis et al., 1989)이다. TAM에서 행위의도는 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 의해서 결정된다. 지각된 이용용이성은 행위의도와 지각된 유용성에 정의 영향을 미친다. 지각된 이용용이성이 향상되면 성과를 향상시킨다는 점에서, 지각된 이용용이성은 지각된 유용성에 직접적인 효과를 미칠 것이다. 또한 Davis 등(1989)은 지각된 이용용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치는 외부변수들이 존재한다는 것을 제안하고 있다. Venkatesh & Davis(1996)에 의하면 사용성 요인들이 지각된 이용용이성에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 맥락에서 본 연구는 웹사이트 사용성 요인들을 TAM의 외부변수로 간주하고 이 웹사이트 사용성 요인들이 지각된 이용용이성에 정의 영향을 미치고 이용용이성은 재방문의도에 직접적 영향력과 지각된 유용성을 매개한 간접적 영향력을 갖는 것으로 간주한다. 웹사이트 사용성 요인들은 기존의 사용성 연구를 기반으로 콘텐츠

(contents), 디자인(design), 네비게이션(navigation), 상호작용성(interactivity)의 네 가지 변수로 도출되었다. 다음 <그림 2>는 본 연구를 위한 개념적 모형을 나타낸 것이다.

3.2 연구가설

3.2.1 웹사이트 사용성 관련 가설

Venkatesh & Davis(1996)는 TAM에서 시스템의 객관적 사용성과 지각된 이용용이성을 구별하고, 이용용이성이 시스템의 사용성 특성에 의해서 영향을 받는다고 가설을 설정하고 이를 검증하였다. 이러한 이론 기반을 토대로 웹사이트 사용성 요인들이 지각된 이용용이성에 영향을 미친다라는 가설을 추론할 수 있다.

매체풍부성이론(Media Richness Theory)은 정보의 질, 정확성, 그리고 신뢰성이 중요하다는 것을 제안한다(Daft & Lengel, 1986). Shapiro & Varian(1999)에 따르면, 중요한 웹사이트의 능력은 정보의 포괄성과 완전성을 포함한다. 웹에서 쇼핑을 할 때, 정보의 질과 다양성은 중요한 소비자 측정이다(Jarvenpaa & Todd, 1997). 실제로 여러 학자들(Palmer, 2002; Benbunan-Fich, 2001; Scharl & Bauer, 1999; Venkatesh, 2002)이 웹사이트 사용성을 측정하는 요인으로 콘텐츠를 중요한 변수로 간주하고 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 추론할 수 있다.

가설 1: 인터넷서점 사이트의 콘텐츠는 지각된 이용용이성에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

Aladwani & Palvia(2002)는 사용자의 지각된 웹사이트 품질을 측정하는 요인으로 디자인 측면을 고려하였다. 이향재(1998)는 유저 인터페이스 디자인의 효과적인 시각성에 대해 강조하였으며, Wolfinbarger & Gilly(2003)는 온라인 소매업의 성공요인으로 사용성의 디자인 측면을 평가하였다. 기존의 사용성 연구에서는 디자인 요소를 포함시키지 않았지만 웹사이트 인터페이스나 웹사이트 질을 측정하는 연구들에서 디자인 요소는 중요한 변수로 고려되었다. 따라서 다음과 같은 가설을 추론할 수 있다.

가설 2: 인터넷서점 사이트의 디자인은 지각된 이용용이성에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

사용성 연구자들은 웹의 조직과 네비게이션이 성과에 중요한 영향을 미친다고 주장한다(Nielsen, 2000). 실제로 여러 학자들(Benbunan-Fich, 2001; Palmer, 2002; Scharl & Bauer, 1999)이 웹사이트 사용성을 측정하는 요인으로 네비게이션을 중요한 변수로 간주하고 있다. 웹사이트 구조 및 네비게이션이란 콘텐츠를 분류하고 체계화시킨 후 이들을 연결시켜 사용자로 하여금 웹사이트를 이용할 수 있도록 하는 체계이다. 웹사이트 구조는 콘텐츠 정리 체계로 웹사이트를 이해하기 위한 전반적인 틀로 사용자들이 웹사이트를 처음 방문했을 때 웹사이트의 활용을 위한 출발점이 된다. 이러한 점에서 잘 정립된 체계를 지닌 웹사이트는 사용자로 하여금 자신이 원하

는 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 하고 편안한 상태에서 웹사이트를 마음껏 이용할 수 있도록 지원한다. 따라서 다음과 같은 가설을 추론할 수 있다.

가설 3: 인터넷서점 사이트의 네비게이션은 지각된 이용용이성에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

기존 연구에서 대인적 커뮤니케이션의 속성의 하나로서 고찰된 상호작용성 개념은 최근 컴퓨터매개환경의 등장 및 활성화로 인하여 주요 개념의 하나로 부각되어 왔다(Morris & Ogan, 1996; Pavlik, 1996; Peppers & Rogers, 1993; Rafaeli & Sudweeks, 1997). 온라인 환경에서 상호작용성의 다양한 차원들에 대하여 연구자의 연구 목적에 따라 다양한 관점이 제시되고 있으나, Cho & Leckenby(1997)는 상호작용성을 커뮤니케이션 효과의 관점에서 사용자와 메시지 상호작용, 인간과 기계 상호작용 및 발신자와 수신자 상호작용의 세 가지 차원으로 구분하였다. 사용자와 상호작용하는 능력은 웹사이트 사용성을 측정하는 중요한 변수이다(Palmer, 2002; Benbunan-Fich, 2001; Scharl & Bauer, 1999). 따라서 다음과 같은 가설을 추론할 수 있다.

가설 4: 인터넷서점 사이트의 상호작용성은 지각된 이용용이성에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 TAM 관련 가설

Davis 등(1989)의 TAM에 의하면 행위의도는 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 의해서 결정된다. 또한 지각된 이용용이성이 향상되면 성과를 향상시킨다는 점에서, 지각된 이용용이성은 지각된 유용성에 직접적인 효과를 가질 것이다. 이러한 맥락에서 인터넷서점 사이트의 지각된 이용용이성은 직접적으로 재방문의도에 영향을 미칠 것이고, 또한 지각된 유용성을 통해서 간접적으로 영향을 미칠 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 추론할 수 있다.

가설 5: 인터넷서점 사이트의 지각된 이용용이성은 지각된 유용성에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 인터넷서점 사이트의 지각된 유용성은 그 사이트의 재방문의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 7: 인터넷서점 사이트의 지각된 이용용이성은 그 사이트의 재방문의도에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의와 측정

본 연구는 TAM을 기반으로 웹사이트 사용성 요인이 사용자의 인터넷서점 재방문의도에 영향을 미치는 연구변수들을 선정하고 연구모형을 설정하였다. 본 연구모형에서 사용된 각 연구변수들의 조작적 정의와 측정항목을 살펴보면 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 변수의 조작적 정의 및 측정

연구변수	조작적 정의	설문문항	관련연구
콘텐츠	한 웹사이트 혹은 웹 페이지가 보여주고자 하는 내용 즉, '정보'	3 항목 (con1~3)	· Benbunan-Fich, 2001 · Palmer, 2002 · Scharl & Bauer, 1999
디자인	시각적인 측면에 국한된 웹사이트의 배치, 이미지	3 항목 (des1~3)	· Aladwani & Palvia, 2002
네비게이션	사용자가 웹사이트 내에 있는 다양한 페이지로 이동할 수 있도록 지원하는 체계	3 항목 (nav1~3)	· Benbunan-Fich, 2001 · Palmer, 2002 · Scharl & Bauer, 1999
상호작용성	기계-상호작용적 관점에서 사용자와 웹사이트 간의 커뮤니케이션	3 항목 (int1~3)	· Benbunan-Fich, 2001 · Palmer, 2002 · Scharl & Bauer, 1999
지각된 이용용이성	사용자가 인터넷서점을 쉽게 이용할 수 있다고 인식하는 정도	4 항목 (peou1~4)	· Davis et al., 1989 · Moore & Benbasat, 1991
지각된 유용성	사용자가 인터넷서점을 이용함으로써 기대되는 혜택을 얻을 수 있을 것으로 믿는 정도	4 항목 (pu1~4)	· Davis et al., 1989 · Taylor & Todd, 1995
재방문 의도	사용자가 인터넷서점을 지속적으로 재방문하려는 의지의 정도	3 항목 (ir1~3)	· Davis et al., 1989 · Venkatesh & Davis, 2000

IV. 연구 설계

4.1 자료 수집 및 분석 방법

두 번의 예비조사를 거쳐 만들어진 최종 설문지를 이용하여 인터넷서점 사이트를 한 번이라도 방문한 경험이 있는 대학생과 일반인들을 대상으로 설문을 실시하였다. 설문지는 총 250부를 배부하였으며 이 중 204부가 회수되어 81.6%의 회수율을 보였다. 이중 불성실한 답변을 한 24부의 설문지를 제외한 총 180부가 분석에 사용되었다. 응답자들의 인구통계적 특성으로 성별은 남자 88명(48.9%), 여자 92명(51.1%)로 비교적 고른 분포를 보이고, 평균 연령은 22세이다. 응답자들의 인터넷 사용경험은 평균 4.5년, 최근 한달 동안 인터넷서점을 방문한 횟수는 '최근 한달 동안에 2~3회 정도'가 68명으로 전체의 37.8%를 차지하였으며, 그 다음이 '최근 한달 동안 4회 이상'으로 20.6%, '최근 한 달 동안에 1~2 정도'가 17.8% 순으로 나타났다. 다음으로 최근 한 달 동

안 인터넷 서점을 이용한 제품구매 횟수는 0회가 124명(69%), 1회가 37명(21%), 2회가 11명(6%), 3회 이상이 8명(4%)으로 조사되었다. 가장 자주 방문하는 인터넷 서점으로는 교보문고가 32%로 가장 높았고, 그 뒤를 이어 YES 24가 24%, 와우북이 13%, 알라딘 11%, 리브로 4%, 기타 인터넷 서점 사이트가 20%를 차지하였다. 다음 <표 3>은 표본의 인구통계적 특성을 나타낸 것이다.

<표 3> 표본의 인구통계적 특성

특성	구분	빈도	비율	특성	구분	빈도	비율
성별	남자	88	49%	최근 한달 인터넷 서점 방문횟수	1회 미만	75	42%
	여자	92	51%		2회~4회	75	42%
	계	180	100%		5회 이상	30	16%
연령	20세 이하	56	31%	최근 한달 인터넷 서점 제품구매횟 수	0회	124	69%
	21세~23세	74	41%		1회	37	21%
	24세 이상	50	28%		2회	11	6%
	평균	22세			3회 이상	8	4%
인터넷 사용 연도	1~3년	35	19%	가장 자주 방문하는인 터넷 서점 사이트	교보문고	67	32%
	4~6년	113	63%		YES24	42	20%
	7년 이상	32	18%		와우북	28	13%
	평균	약 4년			알라딘	24	11%
					리브로	9	4%
				기타	41	20%	

수집된 자료는 사회통계패키지인 SPSS 10.0과 LISREL 8.30을 이용하여 분석하였다. 각 설문 문항의 신뢰성과 타당성 검증을 위한 신뢰성 검증(reliability)과 요인분석(factor analysis)은 SPSS를 이용하였으며, 가설 검정을 위한 변수간의 인과관계 분석은 LISREL을 사용하였다.

4.2 측정 도구의 신뢰성과 타당성 분석

4.2.1 타당성 분석

척도의 타당성을 검증하기 위해 측정항목에 대하여 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인의 추출 방법으로는 정보의 손실을 최소화할 수 있는 주성분분석(Principal Component Analysis)을 이용하였고, 요인의 회전방식은 요인간의 독립성을 유지한 상태에서 해를 개선하는 배리맥스(varimax) 방법에 따른 직각회전(orthogonal rotation)방식을 사

용하였다. 집중타당성(convergent validity)은 측정항목의 관련 구성개념에 대한 요인적재치로 설명되는 데 <표 4>에서 보는 바와 같이 요인적재치가 각 구성개념별로 0.6을 상회하였다. 따라서 구성개념에 대한 측정항목의 집중타당성이 확보되었다. 또한 판별타당성(discriminant validity)은 구성개념간의 이질성을 의미하는 데, <표 4>의 요인분석결과에서 각 측정항목들의 관련되지 않은 구성개념에 대한 요인적재치의 절대값이 대부분 0.3이하였다. 따라서 각 구성개념들이 동일하다고 할 수 없기 때문에 구성개념들간의 판별타당성이 확보되었다. 한편 각 요인의 적재치가 모두 0.73 이상으로 나타나 개념타당성(construct validity)도 확보되었다.

<표 4> 측정항목의 요인분석 결과

설문항목	지각된 이용용이성	재방문 의도	디자인	콘텐츠	지각된 용이성	상호 작용성	내비 게이션	Cronbach's alpha
PEOU3	.822	.115	.092	-.065	.087	.005	.148	0.8243
PEOU4	.785	.202	.000	.129	.065	.197	.207	
PEOU2	.738	.141	.051	.212	-.031	.149	.160	
PEOU1	.695	.012	.151	.135	.188	.143	.004	
IR1	.152	.837	-.002	.151	.219	.239	.107	0.8531
IR2	.175	.810	.018	.175	.218	.206	.153	
IR3	.115	.736	.188	.110	.117	.002	.021	
DES2	.095	.049	.879	.090	.045	.001	-.012	0.7474
DES1	.002	-.054	.798	.148	.092	.010	.097	
DES3	.141	.221	.708	-.093	-.039	-.002	.121	
CON2	.008	.284	-.057	.818	.045	.004	-.049	0.7434
CON3	.192	-.126	.161	.768	.184	.164	.137	
CON1	.191	.264	.112	.747	-.214	-.074	.036	
PU2	-.009	.077	.128	-.006	.795	.181	.186	0.6919
PU3	.082	.392	.062	-.067	.694	.132	.018	
PU4	.371	.209	-.098	.123	.673	-.157	-.013	
INT6	.136	.095	.061	.055	.044	.894	.046	0.7673
INT7	.245	.257	-.076	.007	.134	.787	.055	
NAV4	.249	.093	.131	-.058	-.026	-.029	.844	0.6641
NAV3	.163	.116	.077	.166	.244	.148	.770	
고유값	5.555	2.066	1.792	1.740	1.270	1.111	1.046	누적분산(%)
설명분산(%)	27.774	10.331	8.961	8.701	6.352	5.554	5.228	72.901

4.2.2 신뢰성 분석

본 연구에서는 탐색적 요인분석 결과를 토대로 단일 차원으로 구성된 개념 내에서 신뢰성 분석을 수행하였으며, Cronbach's α 계수에 의한 내적 일관성(Internal Consistency)분석을 실시하

였다. <표 4>에서 보는 바와 같이 네비게이션과 지각된 유용성을 제외한 모든 변수가 Nunnally(1978)가 바람직하다고 제시한 0.7을 넘는 것으로 높은 수준의 신뢰성을 나타내고 있다고 볼 수 있다. 네비게이션도 사회과학에서 신뢰성이 높다고 할 수 있다고 볼 수 있는 알파 값 0.6이상을 확보했으므로 연구변수들의 신뢰성을 확보했다고 할 수 있다(채서일, 1993).

4.3 측정모형의 검증

하나의 구성개념을 측정하기 위한 측정항목들이 단일차원성을 갖고 있는지의 여부를 검토하기 위해 전체 연구변수들에 대한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시한 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> 측정모형의 확인적 요인분석 결과

연구변수	측정항목	표준화추정치	표준오차	t-value	개념신뢰도	분산추출값
콘텐츠	CON1	0.81	-	-	0.827	0.594
	CON2	0.71	0.14	7.49		
	CON3	0.58	0.11	6.60		
디자인	DES1	0.67	0.10	6.90	0.828	0.623
	DES2	0.90	-	-		
	DES3	0.58	0.11	6.34		
네비게이션	NAV2	0.77	-	-	0.783	0.646
	NAV3	0.64	0.13	5.43		
상호작용성	INT1	0.66	0.11	6.35	0.872	0.840
	INT2	0.94	-	-		
지각된 이용용이성	PEOU1	0.61	0.090	8.39	0.879	0.384
	PEOU3	0.70	0.10	9.89		
	PEOU4	0.87	-	-		
	PEOU2	0.76	0.086	10.98		
지각된 유용성	PU2	0.64	0.12	6.82	0.732	0.422
	PU3	0.78	-	-		
	PU4	0.55	0.10	6.11		
재방문의도	IR1	0.95	-	-	0.876	0.778
	IR2	0.91	0.051	18.33		
	IR3	0.60	9.26	9.26		

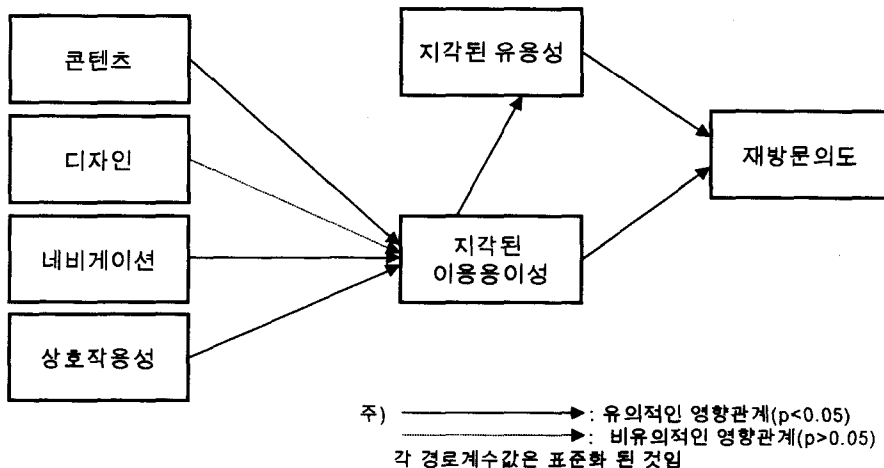
이 과정에서 단일차원성을 저해하는 측정항목(NAV1, INT3, PU1)을 제거하고 측정모형(measurement model)을 확정하였는데, 이에 대한 적합도 지수는 χ^2 /자유도(2.0이하 우수)=1.64, RMSR(0.05이하 우수)=0.04, GFI(0.9이상 우수)=0.89, AGFI(0.8이상 우수)=0.84, NFI(0.9이상 우

수)=0.84, NNFI(0.9이상 우수)=0.91 등으로 GFI와 NFI 지수가 평가 기준치에 약간 미달하나 현재의 수준에서 분석에 이용하는데 큰 무리가 없는 것으로 판단하였다. 또한 각 연구변수에 있어서 개념신뢰도(construct reliability)의 경우 일반적 추천 기준치인 0.7 이상을 상회하는 것으로 나타나 본 연구에서 사용된 측정항목들이 해당 연구변수들에 대한 높은 대표성을 갖는다고 할 수 있다.

4.4 구조모형의 검증

본 연구에서는 변수들간의 유기적인 인과관계를 살펴보기 위해 개별 가설들을 각각 검정하는 대신에 전체적인 구조모형을 기반으로 종합적으로 검정하는 방법을 선택하였으며, 이를 위해 다변량 분석기법 중의 하나인 LISREL을 이용하여 가설을 검정하였다. 본 연구에서 분석된 최적 연구모형의 적합도 지수를 살펴보면, $\chi^2/df=1.83$ 으로서 기준치인 3.0 이하이며, GFI=0.87, AGFI=0.83, RMR=0.056, NFI=0.89, NNFI=0.93, CFI=0.94로 나타났다. 이러한 적합도는 GFI값과 RMR이 일반적인 권장 기준을 만족시키지 못하고 있으나, 실제 적용에 있어서는 정보 시스템 분야에서 GFI 또는 AGFI가 0.8보다 크고 RMR이 0.05에 가까울수록 모형의 적합도가 좋다고 볼 수 있는 적절한 척도로서 간주된다(Etezadi-Amoli & Farhoomand, 1996). 따라서 제안된 모형도 어느 정도 적합한 것으로 보이며, 본 연구의 특성상 탐색적인 측면을 고려할 때 변수들간의 관계를 추정하는데 큰 문제는 없는 것으로 판단된다.

본 연구에서 설정한 연구모형의 LISREL 분석 결과 나타난 경로 도형(path diagram)은 <그림 3>과 같다.



<그림 3> 연구모형의 LISREL 분석 결과

4.5 연구가설의 검정 및 결과

웹사이트 사용성 요인과 지각된 이용용이성간의 관계를 규명하기 위해 설정된 가설 중 가설 1은 웹사이트 사용성 요인인 콘텐츠가 지각된 이용용이성에 정(+)의 관계가 있는 것으로 설정하였는데, 분석결과 $r_{11}=0.27(t=2.99, p<0.01)$ 로 유의하여 이 가설은 지지되었다. 가설 2는 웹사이트 사용성 요인인 디자인이 지각된 이용용이성에 정(+)의 관계가 있는 것으로 설정하였는데, 분석결과 $r_{12}=0.045(t=0.47, p>0.05)$ 으로 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 디자인요소가 시각적인 영역으로써 실제 사용자가 지각하는 이용용이성에는 큰 영향력을 주지 못한다는 것을 의미한다. 웹사이트 사용성 요인인 네비게이션이 지각된 이용용이성에 정(+)의 관계가 있는 것으로 설정한 가설 3은 분석결과 $r_{13}=0.45(t=3.87, p<0.01)$ 로 통계적으로 유의하여 지지되었다. 가설 4는 웹사이트 사용성 요인인 상호작용이 지각된 이용용이성에 정(+)의 관계가 있는 것으로 설정하였는데, 분석결과 $r_{14}=0.38(t=3.98, p<0.01)$ 로 이 가설은 지지되었다.

가설 5는 TAM 관련 변수들로 지각된 이용용이성이 지각된 유용성과 정(+)의 관계가 있는 것으로 설정되었는데, $\beta_{11}=0.40(t=4.09, p<0.01)$ 로 유의한 결과가 나타났다. 이는 기존의 TAM 관련 선행연구 결과(Davis et al., 1989; Taylor & Todd, 1995; Venkatesh & Davis, 2000)와 일치한다. 마찬가지로 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 재방문의도에 미치는 영향을 살펴 본 가설 6과 가설 7 역시 각각 $\beta_{22}=0.73(t=4.94, p<0.01)$, $\beta_{13}=0.40(t=3.57, p<0.01)$ 로 통계적으로 유의하여 지지되었다. 따라서 이 두 가설 역시 기존의 TAM을 입증하고 있다고 볼 수 있다.

<표 6> 연구가설의 검정 결과

가설	경로	가설 방향	모수	추정치 (표준오차)	t값	결과
H1	콘텐츠→지각된 이용용이성	+	r_{11}	0.27 (0.091)	2.99**	채택
H2	디자인→지각된 이용용이성	+	r_{12}	0.045 (0.095)	0.47	기각
H3	네비게이션→지각된 이용용이성	+	r_{13}	0.45 (0.12)	3.87**	채택
H4	상호작용성→지각된 이용용이성	+	r_{14}	0.38 (0.095)	3.98**	채택
H5	지각된 이용용이성→지각된 유용성	+	β_{11}	0.40 (0.098)	4.09**	채택
H6	지각된 유용성→재방문의도	+	β_{22}	0.73 (0.15)	4.94**	채택
H7	지각된 이용용이성→재방문의도	+	β_{13}	0.40 (0.11)	3.57**	채택

'재방문의도'의 $R^2 = 0.46$; '지각된 유용성'의 $R^2 = 0.17$; '지각된 이용용이성'의 $R^2 = 0.53$

주) *: $p<0.05$; **: $p<0.01$

한편 내생변수들에 대한 다중상관자승치(Squared Multiple Correlations: SMC, 회귀분석의 R2와 유사)를 살펴보면, 재방문의도, 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 대한 설명력이 46%, 17%, 53%로 나타나 지각된 유용성은 설명력이 낮게 나타났지만 지각된 이용용이성과 재방문의도는 상당히 높은 설명력을 보이고 있어 본 연구모형이 의미가 있는 것으로 해석할 수 있다.

본 연구모형에서 설정한 전체 7개의 가설에 대한 검정 결과를 요약하면 <표 6>과 같다.

V. 결론

본 연구에서는 정보시스템 분야의 사용성 연구와 웹기반의 사용성 연구들을 종합적으로 고찰하여 사용성의 주요 요인을 콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성, 그리고 디자인으로 선정하고, 이 요인들이 인터넷서점 사용자의 재방문의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 TAM에 기초하여 연구모형을 설정하고 실증연구를 통하여 연구모형과 가설을 검증하였다. 본 연구의 주요 분석결과를 토대로 웹사이트 사용성과 TAM에 대한 논의와 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 지각된 이용용이성에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 설정된 콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성은 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화추정치를 살펴보면 네비게이션(0.45), 상호작용성(0.38), 콘텐츠(0.27)의 순서로 지각된 이용용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 인터넷서점 사용자들은 웹사이트 내에서의 편리한 이동성, 사용자와 웹사이트 간의 커뮤니케이션, 웹사이트가 제공하는 정보에 가치를 부여하는 것으로 판단할 수 있다. 한편, 웹인터페이스나 질을 측정하는 연구에서 중요한 변수로 사용되는 디자인은 지각된 이용용이성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 웹사이트 사용성이 편리성 측면을 추구하는 영역으로 그 범주가 웹인터페이스보다는 좁다고 할 수 있고, 또 디자인이 시각성 측면을 주로 강조하므로 실제 웹사이트 사용성의 본질인 편리성과는 구별되는 변수이기 때문으로 해석할 수 있다. 또한 이 결과는 정보시스템의 사용성이 지각된 이용용이성에 영향을 미친다는 Venkatesh & Davis(1996)의 연구결과가 웹사이트 환경에도 동일하게 적용됨을 의미한다. 즉 사용성은 전통적인 정보시스템과 웹기반 정보시스템의 이용용이성에 영향을 미치는 요인임을 시사하고 있다.

둘째, 다중상관자승치(R2)를 살펴보면, 콘텐츠, 디자인, 네비게이션, 상호작용성 변수의 지각된 이용용이성에 대한 분산은 53%로 매우 높은 설명력을 나타내고 있다. 지각된 이용용이성과 지각된 유용성 변수의 재방문의도에 대한 분산 또한 46%로 높은 설명력을 나타내고 있다. TAM 관련 연구에서 지각된 유용성과 지각된 이용용이성의 두 요인이 설명하는 정보시스템 이용에 대한 분산은 약 30% 정도이다(Adams et al., 1992; Subramanian, 1994). 이 결과는 웹사이트 사용성 요인이 지각된 이용용이성의 중요한 영향요인임을 시사하고 본 연구모형이 인터넷서점 사용자의 재방문의도를 예측하는 매우 유용한 모형임을 입증하고 있다.

셋째, TAM 관련 변수들간의 관계를 살펴보면, 지각된 이용용이성(과정 기대)이 지각된 유용

성(결과 기대)과 재방문의도에 직접적인 영향을 미치고, 지각된 유용성이 재방문의도에 유의한 영향을 미침이 발견되었다. 지각된 이용용이성은 두 가지 인과 경로 즉, 의도에 대한 직접효과와 지각된 유용성을 통한 간접효과를 통하여 의도에 영향을 미칠 수 있다. 본 연구결과도 기존의 연구결과와 일치하는 것으로(Davis et al., 1989; Mathieson, 1991; 유일 · 황준하, 2002) 국내의 인터넷서점 환경에서도 TAM 모형이 지지되고 있음을 의미한다. 여기에서 지각된 이용용이성은 지각된 유용성과 재방문의도에 강한 영향을 미치는 요인이며, 웹사이트 사용성과 지각된 유용성, 재방문의도를 매개하는 역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 웹사이트 사용성 측면이 충분히 고려되어 사용자들이 보다 쉽게 인터넷서점 사이트를 이용할 수 있다면 재방문의도는 높아질 것이고, 그에 따른 구매도 기대할 수 있음을 시사하고 있다. 표준화추정치를 살펴보면 지각된 유용성이 재방문의도에 미치는 영향(0.73)이 가장 크게 나타났다. 전통적인 TAM 관련 연구 결과들(Davis et al., 1989; Mathieson, 1991; Taylor and Todd, 1995)은 지각된 유용성이 사용자의 정보 시스템 수용 및 이용 행위에 가장 큰 영향을 미친다고 주장한다. Keil 등(1995)은 지각된 이용용이성을 향상시키고자 하는 노력에 대해 “어떤 이용용이성도 유용성을 대체하지 못한다”라며 유용성의 중요성을 강조하고 있다. 본 연구에서도 이러한 결과들을 뒷받침하고 있다. 이는 사용자가 인터넷서점을 유용한 혁신기술로 인식하지 않으면 그 사이트를 재방문하지 않을 것이 분명하므로 유용성에 대한 고려는 필수적임을 의미한다. 또한 콘텐츠, 네비게이션, 상호작용성의 외생변수가 인터넷서점 재방문의도에 간접적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 인터넷서점에 대한 지각된 이용용이성과 지각된 유용성은 인터넷서점 재방문의도에 있어서 중요한 매개역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다. 이 결과는 외생변수가 지각된 이용용이성과 지각된 유용성을 매개하여 의도에 영향을 미친다는 TAM의 기본 가정과도 일치하는 연구결과이다.

이러한 연구 과정에서 나타난 연구의 한계점과 향후 연구에 대한 몇 가지 방향을 제시해 볼 수 있다. 첫째, 인구통계학적 분포(성별, 나이, 전공)에서 전국의 인터넷서점 사이트를 사용하는 사람들을 대상으로 무작위로 표본을 추출하지 못했다는 점에서 본 연구 결과를 일반화하는 데는 약간의 무리가 따를 수 있다. 둘째, 본 연구는 횡단적 연구를 실시하였으므로 시간의 흐름에 따라 각 변수들의 관계가 어떻게 변화하는가를 파악할 수 없었다. 즉 인터넷서점 사용자의 재방문의도에 대한 영향요인들이 시간의 흐름에 따라서 어떻게 변화하는가를 분석할 수 없었다. 따라서 종단적 연구를 고려한 절차적 연구가 필요하다. 셋째, 연구모형의 적합도 검증 결과 GFI가 일반적인 권장 수준인 0.9보다 낮게 나타났다. 이 결과는 본 모형에 따른 연구 결과의 해석에 신중해야 하는 한계를 지니고 있다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 국내의 정보시스템 연구에서는 활발히 고려되지 않았던 웹사이트 사용성을 대상으로 연구를 수행하였다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다.

참 고 문 헌

- 노영현, "웹 사이트 디자인 평가를 위한 웹 유저빌리티 평가 방법 비교연구-인터넷 쇼핑 몰 평가를 중심으로-", 홍익대학교대학원 석사학위논문, 2002.
- 최동철. "웹디자인에서의 플래시 유저빌리티에 관한 연구", 디자인과학연구, 제5권, 제1호, 2002.
- Adams, D.A., Nelson, R.R., and Todd, P. A., "Perceived Usefulness, Ease of use, and Usage of Information Technology: A replication," *MIS Quarterly*, Vol. 16, No. 2, 1992.
- Agarwal, R. and Venkatesh, V., "Assessing a Firm's Web Presence: A Heuristic Evaluation Procedure for the Measurement of Usability," *Information Systems Research*, Vol. 13, 2002.
- Aladwani, A.M. and Palvia, P.C., "Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality," *Information & Management*, Vol. 39, 2002.
- Benbunan-Fich, R., "Using protocol analysis to evaluate the usability of a commercial web site," *Information & Management*, Vol. 39, 2001.
- Daft, R., and Lengel, R., "Organizational information requirements, media richness and structural design," *Management Sci*, Vol. 32, 1986.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, 1989.
- Igbaia, M., and Zinatelli, N., "Personal Computing Acceptance Factors in Small Firms: A Structural Equation Model," *MIS Quarterly*, Vol. 21, No. 3, 1997.
- Jarvenpaa, S., and Todd, P., "Consumer reactions to electronic shopping on the World Wide Web," *Internat. J. Electronic Commerce*, Vol. 1, No. 2, 1997.
- Mathieson, K., "Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information Systems Research*, Vol. 2, No. 3, 1991.
- Moore, G., and Spiller, P., "Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation," *Inform.Systems Res.*, Vol. 2, 1991.
- Nielsen, J., "Usability Engineering," Morgan Kaufmann, New York, 2000.
- Nielsen, J., "Usability Metrics: tracking interface improvements," *IEEE Software*, Vol. 13, No. 6, 1996.
- Nielsen, J., "Designing Web Usability," *New Riders Publishing*, Indianapolis, IN., 2000.
- Palmer, J.W., "Web Site Usability, Design, and Performance Metrics," *Information Systems Research*, Vol. 13, 2002.
- Pearrow, M., "Web Site Usability," Charles River Media, Rockland, MA., 2000.

- Saga, V.L. and Zmud, R.W., "The Nature and Determinants of IT Acceptance, Routinization and Infusion," *IFIP*, 1994.
- Scharl, A. and Bauer, C., "Explorative analysis and evaluation of commercial web information system," *Proceedings of the Twentieth International Conference on Information Systems(ICIS)*, Charlotte, North Carolina, 1999.
- Shapiro, C., and Varian, H., "Information Rules," *Harvard Business School Press*, Boston, MA., 1999.
- Shneiderman, B., "Software Psychology: Human Factors in Computer and Information Systems," Winthrop, Cambridge, MA., 1980.
- Taylor, S. and Todd, P.A., "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models," *Information Systems Research*, Vol. 6, 2001.
- Tilson, R., Dong, J., and Kieke, E., "Factors and principles affecting the usability of four E-commerce sites," *Proceedings of the 4th Conference on Human Factors and the Web*, Basking Ridge, NJ, 1998.
- Venkatesh, V. and Davis, F., "A model of the antecedents of perceived ease of use : development and test," *Decision Sciences*, Vol. 27, No. 3, 1996.
- Walfinbarger, M., and Gilly, M.C., "eTailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality," *Journal of Retailing*, Vol. 79, 2003.

<Abstract>

The Effect of Web Site Usability on the Revisiting Intention of Customers in Internet Book Stores

Il Ryu, Jae-Jon Kim, Hee-Ok Rho

The purpose of this study is to examine the effect of Web site usability on the revisiting intention of customers in Internet book stores. The Web site usability construct consists of the factors such as contents, design, navigation, and interactivity. In order to accomplish the purpose of this study, a research model was established and it suggests that the usability factors, through the mediation of perceived ease of use and perceived usefulness, eventually affect the revisiting intention of online customers in Internet book stores.

The results of the study show that contents, navigation, and interactivity has statistically significant effect on revisiting intention of Internet customers and this effect is mediated by perceived ease of use and perceived usefulness. This research confirms the importance of usability construct in designing web sites and understanding the use of web sites. Implications of these findings are discussed for researchers and practitioners.

Keywords : Web Site Usability, TAM, Internet Book Store, Revisiting Intention

* 이 논문은 2005년 4월 2일 접수하여 1차 수정을 거쳐 2005년 5월 6일 게재 확정되었습니다.