

## 헤어 태도 · 헤어 관여의 중요도와 연령에 따른 차이

이 혜 원 · 김 미 영\*

경원대학교 의상학과

### Hairdo Attitude · Hairdo Involvement Importances and Differences Depending on Age

Hye won Lee and Mi young Kim<sup>†</sup>

Dept. of Clothing, Kyungwon University

(2007. 2. 19. 접수 : 2007. 12. 30. 채택)

#### Abstract

The purposes of this study were to investigate the hairdo attitude and hairdo involvement importances and differences depending on age.

For the experimental work, questionnaires for research are prepared and asked to people who are women living in Seoul and Kyoung-Ki Do. They are collected from September to October 2006. 406 questionnaires are used in the analysis. The collected data were analyzed by using SPSS 12.0 software with factor analysis, Cronbach's alpha, paired *T*-test, and *T*-test.

The results of this study were as follows;

To analyze differences in the hairdo attitude and the hair involvement depending on different age groups, two groups were identified: one group of women aged 20~35, and the other group of those aged 45~60.

1. When the hairdo attitude factors were prioritized, orientations toward 'constancy' and 'consciousness of others' were found to be most critical, followed by those toward 'leader's fashion conformity' and 'distinct individuality'. When the hairdo involvement factors were prioritized, 'interests and pleasure in hairdo' were found to be most important, followed by 'symbolic representation', 'risk awareness', 'coordination of hairdo', and 'fashionableness'.
2. When difference in the hairdo attitude was analyzed, a significant difference was shown in orientations toward 'leader's fashion conformity' and 'consciousness of others'.
3. As for the hairdo involvement of the groups, a significant difference was found only in 'coordination of hairdo', signalling that the younger women put more focus on the coordination.

*Key words:* age(연령), hairdo attitude(헤어 태도), hairdo involvement(헤어 관여).

#### I. 서 론

현대에는 토털 코디네이션의 특성이 강조됨에 따라 의복과 함께 헤어가 외모를 나타내는 중요한 변인으로 대두되고 있다. 헤어는 인체를 바탕으로 행

\* 교신저자 E-mail : mikim@kyungwon.ac.kr

해지는 표현이라는 점에서 의복과 중요한 공통점을 가지고 있고 서로 밀접한 관계를 맺으며 변화, 발전되어 왔다. 머리는 신체 중 가장 가시적인 부분이며 다양하게 표현될 수 있기 때문에 사람들은 의복뿐만 아니라 헤어를 통해서도 자신을 나타내고 다른 사람을 지각하며 평가한다. 최근에는 헤어의 중요성이 더욱 부각되고 있으며, 이에 따라 헤어에 관한 관심과 욕구가 점점 높아져 개인마다 자신이 추구하는 가치나 이미지 등과 부합하는 헤어 태도를 형성하고, 헤어에 관여 하고 있다. 헤어는 소비자 개인의 성향 및 특성, 얼굴 형태나 이미지, 분위기를 포함하여 의복, 화장과도 관련성을 가지므로, 보다 구체적이고 체계적인 연구가 필요할 것이다. 따라서 이제는 헤어에 관한 일반적 관심과 욕구를 충족시켜주는 것을 넘어, 실용적인 학문으로서의 연구가 이루어져야 하는 시점이다.

헤어 태도와 헤어 관여에 연령이 중요한 영향변인으로 작용할 것으로 예상되므로 연령에 따른 헤어 태도와 헤어 관여에 대한 연구가 필요시 된다.

본 연구에서는 우선 헤어 관여와 헤어 태도의 차원들을 알아보고, 헤어 관여와 헤어 태도 각각의 차원들 간의 중요도를 밝힌 뒤, 연령에 따른 헤어 태도와 헤어 관여의 차이를 밝히고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 헤어 태도

헤어 태도에 대한 연구는 아직 미비한 실정이며, 매우 드물었다. 따라서 헤어 태도의 의미로 분석된 헤어 행동에 관한 연구들도 함께 포함하여 살펴보았다.

하주연 외<sup>1)</sup>는 헤어 스타일 태도를 헤어 스타일 흥미도, 헤어 스타일 개성 추구, 헤어 디자이너 의존성의 3가지 차원으로 도출하였는데, 외모 관심과 감각 추구 성향, 체중 관심의 정도가 높을수록, 신체 만족

도가 낮을수록 헤어 스타일 흥미도가 높게 나타났다. 헤어 스타일 개성 추구에는 외모 관심, 감각 추구 성향, 자각적 신체평가가 유의하게 나타나 외모에 대한 관심이나 감각 추구 성향, 신체에 대한 평가가 높을수록 헤어 스타일로 개성을 표현하고자 하는 경향이 강한 것으로 나타났다. 헤어 디자이너 의존성 차원은 신체 만족도가 영향을 미치는 것으로 나타나, 신체 만족도가 높을수록 헤어 스타일에 대해 별다른 생각이나 관심이 없어 수동적인 태도를 가지는 것으로 나타났다.

박주비, 정옥임<sup>2)</sup>의 신체적 특성에 따른 헤어 행동에 대한 연구에서는 헤어 동조성, 헤어 개성성, 헤어 심미성, 헤어 의존성의 4개 차원이 도출되었다. 신체적 특성에 따른 헤어 행동으로는 키가 클수록 헤어 심미성과 헤어 의존성이 높게 나타났고, 얼굴형이 달걀형인 여대생은 헤어 심미성이, 두상의 앞뒤 폭지가 불룩한 형과 뒤 폭지가 불룩한 형은 헤어 심미성이 높은 것으로 나타났다. 또한 인구 통계적 변인에 따른 헤어 행동은 예체능 계열에서 상대적으로 높게 나타났고, 월평균 가게 소득이 많을수록 헤어 디자이너, 고급 미용실 등을 선호하는 등의 헤어 의존성이 높게 나타났다. 의복 행동과 헤어 행동의 상호간의 관계를 알아본 결과, 여대생의 경우 의복 동조성이나 의복 과시성, 의복 심미성이 높을수록 헤어 의존성도 높게 나타나 의복에 대한 관심이 높을수록 자기 혼자 스타일을 만들기 보다는 유명한 헤어 디자이너에게 의존하여 고급스러운 헤어 스타일 등을 통해서 자기를 과시하려는 성향이 높았다. 의복 편의성을 추구하는 사람은 헤어 스타일도 유행이나 다양한 헤어 스타일로의 변화를 싫어하며, 고정된 헤어 스타일과 눈에 띄지 않고 편하게 묶는 머리를 선호하는 것으로 나타났다.

박숙현 외<sup>3)</sup>는 우리나라와 호주의 여성의 헤어 스타일 행동에 대한 연구에서 본 논문의 헤어 태도를 헤어 스타일 행동으로 정의하였다. 유행성 추구, 개

1) 하주연, 고애란, 정미실, “여고생의 감각추구성향과 신체이미지에 따른 의복행동 및 헤어스타일 태도,” *현대의류학회지* 29권 5호 (2005), p. 721.

2) 박주비, 정옥임, “여대생의 신체적 특성에 따른 의복행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구,” *대한가정학회지* 43권 6호 (2005), pp. 103-104.

3) 박숙현, 류은혜, 이순덕, “한국과 호주여성의 헤어스타일 행동 및 선호도 비교,” *한국생활과학회지* 15권 1호 (2005), pp. 136-137.

성 추구, 동조성 추구, 심미성 추구의 4가지 차원으로 분석되었으며, 유행성 추구하고 개성 추구는 연령에 따라 차이가 나타났고 동조성 추구는 국가 간의 차이가 있음을 밝혔다. 심미성 추구는 연령과 국가 간의 차이가 나타나지 않았다.

또한 백경진<sup>4)</sup>의 헤어와 관련이 깊은 화장 태도 연구에서는 화장 태도를 유행 지향, 대인관계 지향, 관습 지향, 자기만족 지향으로 도출하였다. 정현숙<sup>5)</sup>의 미용서비스 소비자의 이원적 충성 행동에 대한 연구에서는 소비자 특성 중 다양성 추구 성향을 추출하여 미용서비스 소비자의 행동을 알아보았다.

이상의 헤어 태도 및 행동에 대한 연구와 화장 태도 변인들을 분석하여 헤어 태도의 차원을 도출하였다. 본 연구에서는 헤어 태도의 차원을 선도자 농조 지향, 차별적 개성 지향, 대인 지향, 항상성 지향의 4가지 차원으로 설정하였다.

**2. 헤어 관여**

헤어는 신체를 보호할 뿐만 아니라 사람의 성격과 자아개념 등의 사회 심리적 특성들이 반영된다. 헤어는 인체 그 자체이면서 동시에 자기표현의 수단이 되므로 소비자들은 헤어의 변화와 연출에 깊이 관여하게 된다. 따라서 ‘주어진 상황에서 특정대상에 대한 개인의 중요성 지각 정도, 혹은 관련성 지각 정도’를 의미하는 관여<sup>6)</sup> 개념을 헤어에도 도입시켜 볼 수 있다. 소비자의 관여 정도에 따라 의사 결정과정, 정보 탐색 활동, 상표 선택, 구매 의도, 광고 효과

등에 영향을 미치므로<sup>7)</sup> 헤어에 대한 관여 정도에 따라 소비자의 행동은 다르게 나타날 것이다. 따라서 소비자가 헤어에 기울이는 관여의 정도를 파악한다면, 보다 효율적으로 소비자의 행동을 예측하여 그에 따른 적절한 마케팅 전략을 수립할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 헤어와 관계가 깊은 활발히 연구된 의복 관여<sup>8-11)</sup>를 근거로 헤어 관여를 헤어 관심과 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험 지각, 헤어 연출성의 5가지 차원으로 추출하였다. 각 헤어 관여의 내용을 살펴보면 다음과 같다.

**1) 헤어 관심과 즐거움**

Ryan<sup>12)</sup>은 개인에게 있어 어떤 것에 가진 관심이 크면 클수록 그 주제에 더 주의를 기울이게 되며, 그 관심과 관련된 사물에 대한 문제와 필요를 더 많이 인식하게 된다고 하였다. 자기에게 특별히 관심이 있는 자극, 현상, 특질 등에만 선별적으로 노출을 하고, 판단하고, 해석하고, 이해하고, 기억하는 경향이 많고, 관심이 없는 것에 대해서는 무시하고 흘려버리는 경향이 많다고 설명하고 있다. Holbrook과 Hirschman<sup>13)</sup>은 즐거움을 추구하는 가치는 실용적인 가치보다 더 주관적이고 개인적이며, 일을 완성하는데 목적이 있기보다는 재미와 즐거움을 얻는데 목적이 있다고 하였다.

헤어는 자신의 신체 일부이기 때문에 위에서 살펴본 관심과 즐거움의 정도에 따라 소비자들이 다양

4) 백경진, “화장행동과 화장품 구매행동 및 영향 변인-의복관여, 연령, 얼굴만족도 변인을 중심으로-” (경원대학교 대학원 석사학위논문, 2003), pp. 31-33.  
 5) 정현숙, “미용서비스 소비자의 인적특성과 전포충성에 관한 이원적 충성행동 연구” (서울대학교 대학원 박사학위논문, 2006), pp. 167-175.  
 6) 이하식, 안광호, 하영원, *소비자 행동: 마케팅 전략적 접근*, (서울: 법문사, 1992).  
 7) R. E. Petty and J. T. Cacioppo, “The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: central and peripheral routes to persuasion,” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 46 (1984), pp. 69-81.  
 8) 이영선, “소비자의 의복관여와 외적정보 탐색” (서울대학교 대학원 박사학위논문, 1991).  
 9) 정영숙, “의복관여와 준거집단 영향력과의 상관성 연구” (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1994).  
 10) 조은영, “의복관여에 따른 제품평가기준과 불만족 요인에 관한 연구” (중앙대학교 대학원 석사학위논문, 1993).  
 11) 류은정, “의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구: 서울시내 여대생을 중심으로” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991).  
 12) M. S. Ryan, *Clothing: A Study in Human Behavior*, (N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1966).  
 13) M. B. Holbrook and E. C. Hirschman, “The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun,” *Journal of Consumer Research* Vol. 9 No. 2 (1982), pp. 132-140.

한 행동을 보일 것이다. 즉 자신에게 어울리는 헤어 스타일이나, 점포, 정보 등에 대한 탐색 활동과 평가에 드는 시간과 노력이 많아지게 될 것이다.

## 2) 헤어 유행성

유행은 하나의 사회적 현상이며, 넓은 의미로는 관습과 마찬가지로 특정한 시기에 한 집단에 속한 사람들 사이에서 채택되고 허용된 의복, 음식, 농작, 언어 등을 말한다<sup>14)</sup>. 따라서 유행은 '한 사회 집단 내에서 상당수의 사람들이 그 행위가 시기와 여건에 적절하기 때문에 일시적으로 수용하는 행동 방향'이며, 새로운 스타일이나 상품이 소비자에 의해 채택되어지는 사회적 전염 과정이라고 하겠다<sup>15)</sup>. 신동규(2004)의 연구에서는 유행에 민감한 소비자일수록 보다 많이 미용실을 이용하고, 지출 비용이 높으며, 유명한 미용실을 선호할 것이라는 결과가 나타났다.

## 3) 헤어 상징성

헤어 스타일은 사회생활에서 첫인상과 이미지를 좌우하는 중요한 요소이며, 개인의 자신감과 외모만족도를 상승시키는 효과를 지닌다. 헤어 스타일은 착용자의 시대적 특성과 개인의 일반적 가치를 반영하는 상징적 기능을 지니며, 개인의 사회적 가치와 밀접한 관계를 지닐 수 있다<sup>16)</sup>. 다양한 예술의 표현의지가 인간의 사상과 감정, 정서, 욕망을 표현하는 도구로서 상징의 의미를 갖는다면 헤어 스타일을 통

해서도 상징의 의미를 유추할 수 있을 것이다<sup>17)</sup>. 김양휴<sup>18)</sup>는 헤어 스타일이 시대, 민족, 개인에 따라서 다양하지만 모두 의복과 관련되어 발전하였으며 계급 차나 성별 등을 나타내는 중요한 상징이 되어 왔다고 하였다.

## 4) 헤어 위험 지각

헤어 관련 행동에서 지각되는 위험으로는 성과적 위험, 신체적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험 등이 있다. 성과적 위험은 기대한 서비스를 제공받지 못할 가능성에 대하여 지각하는 위험을 의미한다. 선행 연구에서는 이를 성능위험, 성과위험, 기능적 위험 등으로 명명하여 주로 사용 중 기대되는 제품의 기능이나 품질의 유지에 대한 우려로 정의하였다<sup>19)</sup>. 신체적 위험은 안전성 결여로 인해 신체가 해를 입거나 두피나 모발이 손상될 가능성에 대하여 지각하는 위험을 의미한다. 특히 헤어는 신체의 일부이므로 신체적 위험이 높게 지각될 가능성이 있다<sup>20)</sup>. 경제적 위험은 헤어 디자이너 등의 서비스 제공자를 잘못 선택하여 발생하는 급전직 손실 가능성에 대한 위험 지각을 의미한다<sup>21)</sup>. 심리적 위험은 새로운 헤어 스타일이 소비자의 자아 이미지와 부합되지 않거나 미적 감각에 합당치 않게 될 가능성에 대하여 지각하게 되는 위험을 의미한다. 선행 연구에서는 심리적 위험을 주로 자아개념의 표현이라는 측면에서 강조하였으나, 헤어 스타일은 고객의 미적 감각을 표

14) K. Anspach, *The Why of Fashion*, (Iowa State Press, 1976).

15) G. B. Sproles, *Fashion Consumer Behavior toward Dress*, (Minneapolis: Burgess Publishing Company, 1979).

16) 이명희, "지각자의 사회적 가치와 헤어스타일 변화에 따른 이미지 지각 연구," *복식문화연구* 12권 6호 (2004), p. 972.

17) 권대순, 임인숙, "헤어연출의 창의적 방법 연구(헤어피스 제작을 중심으로)," *한국미용학회지* 7권 1호 (2001), pp. 41-42.

18) 김양휴, "패션헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구" (전국대학교 대학원 석사학위논문, 1996), pp. 4-5.

19) 김찬주, "의복 구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(1)-위험의 유형분류, 소비자 인구변인과의 관련성을 중심으로-", *한국유통학회지* 15권 4호 (1991), p. 408.

20) 송기옥, "서비스 조직에 있어서의 내부 마케팅 전략연구-미용업을 중심으로-" (숙명여자대학교 경영대학원 석사학위논문, 1999). 재인용, 유은희, "헤어 미용 상품별 서비스의 위험지각과 만족에 관한 연구" (용인대학교 대학원 석사학위논문, 2004), p. 7.

21) 유은희, "헤어 미용 상품별 서비스의 위험지각과 만족에 관한 연구" (용인대학교 대학원 석사학위논문, 2004), p. 8.

22) 김선옥, "미용서비스 품질인식에 관한 실증적 연구" (베제대학교 대학원 석사학위논문, 1997). 재인용, 유은희, "헤어 미용 상품별 서비스의 위험지각과 만족에 관한 연구" (용인대학교 대학원 석사학위논문, 2004), p. 8.

현해 주는 기능이 있으므로 헤어 스타일의 심미적 위험의 관점도 포함되어야 할 것이다<sup>22)</sup>. 소비자들은 헤어와 관련하여 자신의 만족을 극대화시키고 위험을 최소화시키기 위해 노력한다. 즉 소비자가 헤어에 관련하여 인지하는 위험의 크기가 증가할수록 이에 대한 관여수준도 증가하므로 위험 지각을 헤어 관여의 차원으로 파악하고자 한다.

**5) 헤어 연출성**

헤어 연출은 개성과 가치를 부여하며 독특한 이미지 연출을 하는데 패션과 더불어 점차 그 중요성이 높아지고 있다<sup>23)</sup>. 이런 헤어 연출의 관점은 의복이나 화장 등과 함께 전체를 조화롭게 연출하기 위한 토탈 코디네이션의 관점과 헤어 소품 연출의 관점, 상황, 장소, 시간에 맞춰 연출하는 TPO의 관점으로 나뉘볼 수 있다.

이상의 이론적 연구들 통해 추출된 헤어 관여의 차원들을 실증적 연구를 통해 확인하고자 한다.

**3. 연령과 헤어**

신효정<sup>24)</sup>의 연구에 따르면 20대 대학생이나 40대 이후 세대는 공동적으로 헤어에 따라 사람이 다르게 보일 수 있다고 평가하였고, 얼굴에 따라 헤어 스타일을 정하는 것이 보기 좋다고 하였으며, 무엇보다도 개성적이면서도 자기에게 어울리는 스타일을 중요하게 평가하였다. 차이점으로는 20대는 변화를 위해 헤어 스타일을 자주 바꾸거나 염색을 하였으나 40대 이후 세대는 변화도 생각하지만 나이가 들어 흰머리나 새치가 생겨 짧게 고이려고 염색하는 것으로 파악되었다. 그리고 20대는 대학교 동료나 친구들이 헤어 스타일 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 40대 이후 세대는 스타일 선정에 있어 남편의 영향이 미치고 있는 것으로 세대 간 차이를 보였다. 또한 박숙현 외<sup>25)</sup>의 연구에서는 한국과 호주여성의 헤어서비스 이용실태를 분석한 결과, 양국 여성 모두 나이

들어감에 따라 짧은 머리 길이를 많이 하는 것으로 나타났다. 또한 한국에서는 헤어디자이너, 의복과의 적합성, 사회적 신분 요소에서 연령별로 차이가 있었고, 호주에서는 관리의 편리성 요소에서 연령별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 신동금<sup>26)</sup>의 연령에 따른 미용실 소비 행태에 관한 연구에서는 50대의 경우 젊은 연령대에 비해 미용실 지출 비용, 미용실 지병도, 미용실 관심도는 높게 나타났지만, 미용실 이용 빈도는 적게 나타났다. 이것으로 나이든 연령의 여성은 한번을 가더라도 미용실 지출 비용이 높고 부대시설과 서비스 정신이 좋으며 잘 알려져 있는 미용실을 이용한다는 결과를 알 수 있었다.

이런 결과들로 연령 집단에 따라 헤어 태도와 헤어 관여의 차이가 있을 것으로 추론할 수 있었다.

**Ⅲ. 연구 방법 및 절차**

**1. 연구 문제**

본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

1. 헤어 태도와 헤어 관여의 차원을 밝힌다.
2. 헤어 태도와 헤어 관여 차원간의 중요도 차이를 밝힌다.
3. 연령에 따른 헤어 태도와 헤어 관여의 차이를 밝힌다.
  - 3-1. 연령에 따른 헤어 태도의 차이를 밝힌다.
  - 3-2. 연령에 따른 헤어 관여의 차이를 밝힌다.

**2. 측정 도구**

본 연구에서는 설문지를 사용하여 연구 내용을 조사하였다.

사용된 설문지는 헤어 태도, 헤어 관여, 인구 통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되어 있다.

헤어 태도를 알아보기 위한 문항들은 헤어 태도에 관한 선행 연구<sup>27-29)</sup> 문항들과 헤어와 관련이 깊은 화상 태도<sup>30)</sup> 문항들을 바탕으로 총 12문항으로

23) 권대순, 임인숙, *Op. cit.*, p. 42.

24) 신효정, "현대 여성의 아름다운 외모에 대한 실적 연구" (건국대학교 대학원 박사학위논문, 2002), pp. 80-81.

25) 박숙현, 류은혜, 이수덕, *Op. cit.*, pp. 134-135.

26) 신동금, "인구통계적 특성과 유행태도에 따른 헤어미용실 소비행태" (경희대학교 대학원 석사학위논문, 2004), pp. 27-29.

27) 박주비, 정옥임, *Op. cit.*, p. 8.

구성하였다. 헤어 관여를 알아보기 위해서 비슷한 속성을 가진 의복 관여<sup>31~33)</sup> 문항들과 헤어 관련 선행 연구 문항<sup>34)</sup>들을 기초로 하여 헤어에 맞도록 연구자가 변형, 수정하여 총 21문항으로 구성하였다.

### 3. 자료 수집 및 분석 방법

본 연구를 수행하기 위한 자료 수집은 2006년 7월 대학생을 대상으로 40부의 예비 조사를 통하여 문항의 적합성을 판단한 뒤, 이를 기초로 자료 수집이 이루어졌다. 자료 수집은 설문지 응답 방식으로 이루어졌으며, 2006년 9월 말부터 10월 초까지 서울·경기 지역에 거주하는 여성을 대상으로 하였다. 500부의 설문지 중 452부가 회수되었으며, 이 중 응답 내용이 불충실한 것을 제외한 총 406부가 분석에 사용되었다.

본 논문에서는 연령에 따른 차이를 보기 위하여 신효정<sup>35)</sup>과 백경진<sup>36)</sup>의 논문을 기초로 의복이나 헤어, 화장 행동에 차이가 있다고 밝혀진 젊은 집단과 나이든 집단을 20~35세와 45~60세의 두 연령 집단으로 분류하였다. 20~35세가 278명(68.5%), 45~60대가 128명(31.5%)으로 나타났고, 결혼 여부는 미혼이 264명(65%), 기혼이 142명(35%)으로 나타났다. 학력은 고등학교 졸업 이하가 81명(19.9%), 전문대 재학 및 졸업이 28명(6.9%), 대학교 재학 및 졸업이 258명(63.5%), 대학원 재학 및 대학원 이상이 39명(9.6%)으로 나타났다. 직업은 학생이 216명(53.2%)으로 가장 많은 분포를 보였으며, 전문직, 일반전문직, 예술 방송 관련 전문직이 33명(8.1%), 사무직이 32명(7.9%), 기술직, 단순노무직이 3명(0.7%), 서비스직, 판매직이 37명(9.1), 자영업자가 12명(3%), 주부가 62명(15.3%), 무직 및 기타가 11명(2.7%)이었다. 총수입은 100만원 미만이 26명(6.7%), 100~200

만원 미만이 41명(10.6%), 200~300만원 미만이 75명(19.4%), 300~400만원 미만이 81명(20.9%), 400~500만원 미만이 81명(20.9%), 500만원 이상이 83명(21.4%)으로 나타났다.

## IV. 연구 결과

### 1. 헤어 태도와 헤어 관여의 차원

헤어 태도, 헤어 관여의 차원을 밝히고자 한다. 설문지에 포함된 헤어 태도 관련 문항들(21), 헤어 관여 관련 문항들(12)에 대하여 각각 요인분석을 실시하였다. 주성분 분석과 Varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시하였다.

#### 1) 헤어 태도

헤어 태도 차원은 헤어 태도를 묻는 12문항을 요인분석하여 4개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 모방에 관련한 헤어 태도에 관한 문항으로 구성되어 있다. 곧 연예인이거나 주변사람들을 동조하는 것인데 이러한 연예인이거나 TV, 광고 모델들은 대부분 패션의 선도자들이므로 이 요인을 '선도자 동조 지향'이라고 명명하였다. 요인 2는 헤어 태도에 있어서 다른 사람과 차별되는 개성을 추구하는 분향으로 구성되어 있으므로 '차별적 개성 지향'라고 명명하였다. 요인 3은 헤어 태도에 있어 자신만이 고수하는 습관적 태도에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '항상성 지향'이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어 태도에 있어 다른 사람의 반응과 평가를 중시하는 태도의 문항으로 구성되어 있으므로 '내인 지향'이라고 명명하였다.

28) 하주연, *Op. cit.*, p. 721.

29) 성현숙, *Op. cit.*, p. 208.

30) 백경진, *Op. cit.*, p. 67.

31) 류은정, *Op. cit.*, pp. 81-82.

32) 이영선, "소비자의 의복관여와 외적정보 탐색" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1991).

33) 김윤희, "중, 노년층 여성의 의복추구 이미지와 의복관심과의 관계" (경원대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p. 79.

34) 장영용, "비용서비스 소비자 만족에 관한 연구: 소비자의 위험지각과의 관계를 중심으로" (농아대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p. 41.

35) 신효정, *Op. cit.*, pp. 136-137.

36) 백경진, *Op. cit.*, pp. 42-45.

<표 1> 헤어 태도 요인분석 결과

요인 1: 선도자 동조 지향			요인부하량
· 인기 있는 연예인의 헤어 스타일을 보면 나도 그렇게 해본다.			.864
· TV광고나 잡지에 나오는 모델의 헤어를 해본다.			.824
· 다른 사람의 헤어 스타일이 멋져 보이면 나도 그렇게 해본다.			.778
고유치: 2.121	전체 변량(%): 17.671	누적변량(%): 17.671	Cronbach's $\alpha$ : .773
요인 2: 차별적 개성 지향			요인부하량
· 평범해 보이고 싶지 않아 독특한 헤어 스타일을 한다.			.864
· 남들과 같은 헤어 스타일은 너무 지겹고 싫다.			.824
· 헤어를 변화시킬 때 남을 의식하지 않고 내가 원하는 대로 과감히 하는 게 좋다.			.778
고유치: 2.099	전체 변량(%): 17.490	누적변량(%): 35.161	Cronbach's $\alpha$ : .733
요인 3: 항상성 지향			요인부하량
· 나는 나에게 어울리는 헤어 스타일이 있다고 생각한다.			.826
· 내가 좋아 하는 헤어 스타일을 고수한다.			.817
· 유행에 따르기보다 늘 하던 대로 머리를 한다.			.695
고유치: 1.927	전체 변량(%): 16.058	누적변량(%): 51.219	Cronbach's $\alpha$ : .710
요인 4: 대인 지향			요인부하량
· 헤어 손질을 하는 것은 상대방에 대한 예의라고 생각한다.			.810
· 외출 시에는 헤어 스타일에 더 신경을 쓰는 편이다.			.758
· 주위사람의 반응을 고려해 과감한 헤어 스타일을 하지 못한다.			.662
고유치: 1.784	전체 변량(%): 14.867	누적변량(%): 66.086	Cronbach's $\alpha$ : .628

4개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 66.086%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체 변량 중의 백분율을 살펴보면, 선도자 동조 지향(고유치: 2.121, 전체 변량: 17.671)이 가장 높게 나타났고, 다음은 차별적 개성 지향(고유치: 2.099, 전체 변량: 17.490), 항상성 지향(고유치: 1.927, 전체 변량: 16.085), 대인 지향(고유치: 1.784, 전체 변량: 14.867)순으로 나타났다. 4개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인이  $\alpha$  계수 0.6 이상으로 만족할만 하였다.

## 2) 헤어 관여

헤어 관여 차원은 헤어 관여를 묻는 21문항을 요인분석하여 5개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표 2>와 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 헤어에 대한 관심이냐 흥미, 즐거움을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 관심 및 즐거움'이라고 명명하였다. 요인 2

는 헤어 유행에 대한 관심과 수용 정도를 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 유행성'이라고 명명하였다. 요인 3은 헤어와 관련한 사회적 상징에 대한 관심에 대한 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 상징성'이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어 변형시의 위험 지각에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 위험 지각'이라고 명명하였다. 요인 5는 헤어를 연출하고 조화시키는 문항으로 구성되어 '헤어 연출성'이라고 명명하였다.

5개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 59.750%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체 변량 중의 백분율을 살펴보면, 헤어 관심 및 즐거움(고유치: 3.315, 전체 변량: 15.785)이 가장 높게 나타났고, 다음은 헤어 유행성(고유치: 2.568, 전체 변량: 12.227), 헤어 상징성(고유치: 2.284, 전체 변량: 10.878), 헤어 위험 지각(고유치: 2.284, 전체 변량: 10.878), 헤어 연출성(고유치: 2.096, 전체 변량: 9.982)순으로 나타났다. 5개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's

〈표 2〉 헤어 관여 요인분석 결과

요인 1: 헤어 관심 및 즐거움			요인부하량
· 헤어의 변화로 나의 이미지가 바뀔 수 있다는 사실이 즐겁다.			.750
· 미용실에 가는 것은 곧 변화를 위한 즐거움이다.			.736
· 머리를 멋있게 했을 때 기분이 좋다.			.692
· 나는 헤어에 신경을 쓰는 편이다.			.666
· 헤어 관련 잡지나 방송 등을 흥미롭게 살펴본다.			.576
· 헤어를 연출해 스타일을 만들 때 즐거움을 느낀다.			.512
고유치: 3.315	전체 변량(%): 15.785	누적변량(%): 15.785	Cronbach's $\alpha$ : .790
요인 2: 헤어 유행성			요인부하량
· 연예인이나 주위 사람들이 많이 하는 머리스타일을 따라 해 본다.			.815
· 새로운 헤어 스타일이나 헤어시술이 유행하면 시도해 본다.			.773
· 헤어 스타일을 변화시킬 때 유행하는 헤어 스타일을 고려한다.			.761
· 유행하는 헤어 스타일을 꼭 한번 해 보고 싶을 때가 있다.			.637
고유치: 2.568	전체 변량(%): 12.227	누적변량(%): 28.011	Cronbach's $\alpha$ : .781
요인 3: 헤어 상징성			요인부하량
· 헤어로 나의 사회적 지위가 나타날 수 있다고 생각한다.			.769
· 헤어로 나의 미적 감각을 나타낼 수 있다고 생각한다.			.749
· 사람들이 나를 평가할 때 헤어가 영향을 줄 수 있다고 생각한다.			.645
· 헤어로 나의 개성을 나타낼 수 있다고 생각한다.			.623
고유치: 2.284	전체 변량(%): 10.878	누적변량(%): 38.890	Cronbach's $\alpha$ : .758
요인 4: 헤어 위험 지각			요인부하량
· 헤어 변형 시 나에게 어울리지 않을까 걱정된다.			.778
· 헤어 변형 시 어떻게 변화를 주어야 할 지 결정하기가 어렵다.			.719
· 헤어손질을 잘못하면 정신적 스트레스를 느낀다.			.696
· 헤어손질을 잘못하면 경제적, 심리적 손실이 많다고 생각한다.			.665
고유치: 2.284	전체 변량(%): 10.878	누적변량(%): 49.768	Cronbach's $\alpha$ : .711
요인 5: 헤어 연출성			요인부하량
· 의복, 메이크업, 액세서리 등과 조화되는 헤어 스타일을 고려한다.			.784
· 나에게 어울리는 헤어 액세서리를 착용한다.			.728
· TPO(시간, 장소, 경우)에 따라 헤어를 연출해야 한다고 생각한다.			.605
고유치: 2.096	전체 변량(%): 9.982	누적변량(%): 59.750	Cronbach's $\alpha$ : .734

$\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인이  $\alpha$  계수 0.6 이상으로 만족할 만 하였다.

도의 차이를 알아보았다.

## 2. 헤어 태도와 헤어 관여 차원 간의 중요도 차이

헤어 태도와 헤어 관여 차원 간의 중요도 차이를 밝히고자 한다. 앞에서 살펴본 헤어 태도와 헤어 관여의 차원들에 대하여 paired T-test를 실시하여 중요

### 1) 헤어 태도 차원 간 중요도의 차이

헤어 태도 차원 간 중요도의 차이를 알아보기 위하여 paired T-test를 실시하였다. 그 결과는 〈표 3〉과 같다. 그 결과를 살펴보면 항상성 지향 차원과 대인 지향 차원을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타



〈표 3〉 헤어 태도 차원 간 중요도의 차이

헤어 태도	항상성 지향	대인 지향	선도자 동조 지향	차별적 개성 지향
평균			3.34	2.83
Paired T-test	***		***	
	A	A	B	C

\*\*\* $p<0.001$ .

알파벳은 paired T-test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균점수순으로 표시함.

났다. 이런 결과는 여성들의 헤어 태도에 있어서 대체적으로 자신에게 어울린다고 생각하는 헤어 스타일을 추구하며, 다른 사람의 평가를 중요시하는 경향이 크다는 것을 알 수 있다.

2) 헤어 관여 차원 간 중요도의 차이

헤어 관여 차원 간 중요도의 차이를 알아보기 위하여 paired T-test를 실시하였다. 그 결과는 〈표 4〉와 같다.

〈표 4〉의 결과를 살펴보면 헤어 관심 및 즐거움 차원이 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 헤어 상징성과 헤어 위험 지각, 그 다음으로 헤어 연출성, 마지막으로 헤어 유행성의 순서로 나타났다. 이런 결과로 여성들은 헤어 관여에 있어서 관심을 가지고 즐거움을 추구하려는 경향이 크고, 헤어로 자신을 표현할 수 있다고 생각하는 것을 알 수 있다. 그러나 헤어변화에 대해서는 두려움이나 스트레스를 느끼며, 유행하는 스타일을 쉽게 시도하지 않는 것을 알 수 있다.

3. 연령에 따른 헤어 태도와 헤어 관여의 차이

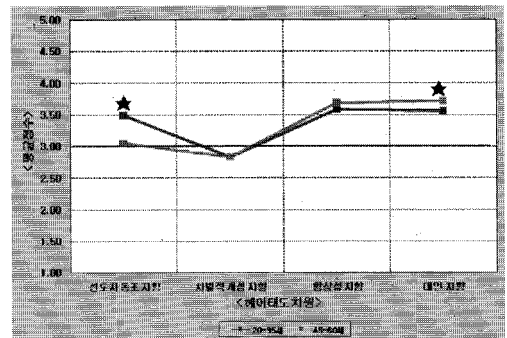
1) 연령 집단에 따른 헤어 태도의 차이

연령에 따라 헤어 태도에 차이가 있는지 알아보

기 위하여 연령을 20~35세 집단, 45~60세 집단으로 구분하고, T-test를 실시하였다. 그 결과는 〈표 5〉, 〈그림 1〉과 같다.

그 결과 선도자 동조 지향 차원과 대인 지향 차원에서 유의한 차이가 나타났다. 즉 헤어 태도의 차원 중 선도자 동조 지향 차원은 20~35세 집단에서 중요하게 지각하고 있었고, 대인 지향 차원은 45~60세 집단에서 중요하게 지각하고 있었다.

이런 결과로 젊은 여성들은 유행에 민감한 특성을 지니기 때문에 헤어 태도에서도 유행을 선도하는 특성을 가진 헤어 의견 선도자들을 모방하는 경향이



★ : 유의한 차이가 나타난 결과 표시

〈그림 1〉 연령 집단에 따른 헤어 태도의 차이 결과 그래프.

〈표 4〉 헤어 관여 차원 간 중요도의 차이

헤어 관여	헤어 관심 · 즐거움	헤어 상징성	헤어 위험 지각	헤어 연출성	헤어 유행성
평균				3.54	2.78
Paired T-test	*		*		***
	A	B	B	C	D

\* $p<0.05$ , \*\*\* $p<0.001$ .

알파벳은 paired T-test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균점수순으로 표시함.

<표 5> 연령에 따른 헤어 태도의 차이 분석 결과

연령집단	20~35세 집단	45~60세 집단	T-test
헤어 태도			
선도자 동조 지향		3.05	5.791***
차별적 개성 지향	2.83	2.83	- .013
항상성 지향	3.58	3.69	-1.658
대인 지향	3.56		-2.721**

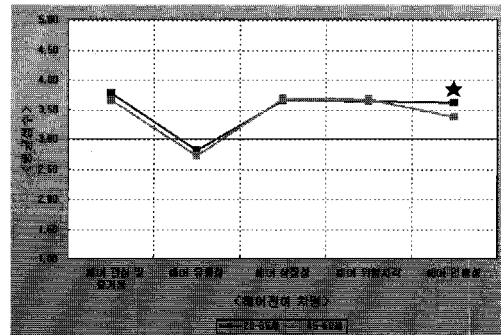
\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

있다고 하겠다. 나이 든 중년의 여성들은 사회에서 중요한 위치를 가지고 있는 시기이고 또 활발한 인간관계 속에서 다른 사람들의 평가에 신경을 쓰며 체면을 중요시 하기 때문에 헤어 태도에서도 대인 지향 차원의 중요도가 높게 나타난 것으로 해석할 수 있다. 이것은 백경진<sup>37)</sup>의 연령에 따른 화장 태도 차이 결과와 일치하는 것으로 화장 태도와 헤어 태도 사이에 유사성이 있다는 것을 알 수 있었다. 또한 차별적 개성 지향과 항상성 지향 차원에서는 연령 별 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났는데, 그중 차별적 개성 지향 차원은 두 집단의 평균점수가 모두 중간점수인 3점 이하로 나타났다. 이런 결과는 연령에 상관없이 개성 있는 헤어, 즉 남들과 다르고 독특한 헤어 스타일을 지양하고 평범한 헤어 스타일을 추구하려고 하기 때문인 것으로 추측할 수 있다. 항상성 지향 차원은 모든 집단의 점수가 3.5 이상으로 높게 나타났는데, 이는 연령에 상관없이 자신의 개인적 취향에 따라 습관적으로 해오던 자신만의 헤어 스타일을 고수하는 것으로 해석할 수 있다.

2) 연령 집단에 따른 헤어 관여의 차이

연령 집단에 따라 헤어 관여에 차이가 있는지 알아보기 위하여 T-test를 실시하여 분석하였다. 그 결과는 <표 6>, <그림 2>와 같다.

<표 6>의 결과를 보면 두 집단 모두 헤어 관심과 즐거움, 헤어 상징성, 헤어 위험 지각 차원 및 헤어 연출성에서 3점 이상으로 나타났다. 이런 결과는 주



★ : 유의한 차이가 있는 결과 표시

<그림 2> 연령 집단에 따른 헤어 관여의 차이 결과 그래프.

<표 6> 연령 집단에 따른 헤어 관여 차이의 분석 결과

연령 집단	20~35세 집단	45~60세 집단	T-test
헤어 관여			
헤어 관심 및 즐거움	3.77	3.66	1.866
헤어 유행성	2.81	2.72	1.196
헤어 상징성	3.66	3.68	- .320
헤어 위험 지각	3.64	3.67	- .429
헤어 연출성		3.37	3.411**

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

37) 백경진, Op. cit.

로 젊은 세대가 미에 대한 관심과 욕구가 컸던 과거와는 달리, 나이 든 세대도 아름다움을 추구하고 중요하게 여기며 외모에 크게 신경 쓰는 지금의 경향 때문인 것으로 추론된다. 그러나 헤어 연출상에서는 두 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 즉 헤어를 연출하는데 있어 젊은 세대가 나이 든 세대에 비해 헤어 연출에 더 신경 쓰고, 꾸민다는 것을 알 수 있다. 이것은 최근에 헤어 연출에 대한 관심이 높아진 것으로 아직까지 나이 든 세대에게는 익숙하지 않은 문화이기 때문인 것으로 추측된다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 헤어 태도와 헤어 관여 차원들의 중요도 차이를 밝히고자 하였다. 또한 연령에 따른 집단을 20~35세 집단, 45~60세 집단으로 구분하여 연령 집단에 따른 헤어 태도와 헤어 관여의 차이를 분석하였다.

헤어 태도 차원은 선도자 동조 지향, 차별적 개성 지향, 항상성 지향, 대인 지향으로 밝혀졌다. 헤어 관여 차원은 헤어 관심과 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험 지각, 헤어 연출성으로 밝혀졌다.

헤어 태도 차원 간의 중요도 차이를 밝힌 결과, 항상성 지향과 대인 지향을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났고, 다음으로 선도자 동조 지향, 차별적 개성 지향의 순서로 나타났다. 즉, 헤어로 자신을 나타내는데 있어서 소비자가 자신의 선척적인 외모조건 등의 개별적 특성을 인식하여 자신이 좋아하는 스타일을 고수하는 것을 알 수 있다. 또한 우리나라 사람들은 매우 밀착된 가족관계 및 대인관계를 해 나가기 때문에 남을 의식하는 헤어 태도를 보이는 경향이 큰 것으로 보여진다. 이와 같은 맥락으로 우리나라 문화가 집단주의적이고 관계지향적인 문화임을 고려하여 개성적인 헤어를 꺼리는 특성이 있음을 시사한다.

헤어 관여 차원간의 중요도 차이를 알아본 결과, 헤어 관심 및 즐거움을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 다음으로는 헤어 상징성과 헤어 위험 지각, 그리고 헤어 연출성, 마지막으로 헤어 유행성의 순서로 나타났다. 이런 결과로 우리나라 여성들은 기본적으로 헤어에 대한 관심이 크고 즐거움을 추구하려는 경향이 매우 높다는 것을 알 수 있다. 헤

어 변형 시의 위험 요소를 중요하게 지각하고, 자신을 나타낼 수 있는 상징의 표현으로 헤어를 선택하며, 유행성은 크게 고려하지 않는 것을 알 수 있다.

연령 집단에 따른 헤어 태도의 차이를 보면, 선도자 동조 지향과 대인 지향 차원에서 유의한 차이가 나타났다. 이런 결과는 연령에 따라 헤어 태도에 차이가 있음을 나타낸다고 할 수 있다. 즉 젊은 여성들은 유행에 민감한 특성을 지니 헤어 태도에서도 다른 헤어 선도자들을 모방하는 경향이 있음을 알 수 있고, 나이 든 층년의 여성들은 다른 사람의 평가에 신경을 쓰며 체면을 중요시하는 것을 알 수 있다.

연령 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 보면, 헤어 연출성 차원에서만 유의한 차이가 나타나 젊은 여성들이 헤어 연출에 더 신경 쓰고 꾸민다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과로 시대의 변화에 따라 나이 든 세대도 아름다움을 추구하고 외모에 신경을 쓰게 되면서 대체적으로 비슷한 헤어 관여를 가지고 있음을 알 수 있다. 그러나 헤어 연출성은 현대에 들어 나타나는 헤어 태도로 나이 든 사람보다는 젊은 사람들에게 더 중요시 되고 있다는 것을 알 수 있다.

본 연구를 통하여 우리나라 헤어시장은 보수적인 경향이 있음을 알 수 있었다. 소비자들은 자신의 개인적 특성을 고려하여 항상성을 가지는 헤어 스타일을 고수하는 태도를 가지고 있음을 밝혔다. 또한 우리나라의 관계 지향적이고 유대가 깊은 문화적 특징에 따라 다른 사람을 크게 의식하고, 주변의 반응에 민감한 헤어 태도를 지니고 있다는 것을 밝혔다. 따라서 헤어시장을 보다 세분화하기 위해서는 새로운 스타일의 다양한 개발, 제시, 제안 및 광고 등을 통한 전환적이고 자극적인 마케팅이 필요할 것이다. 또한 연령에 따라 선도자 동조 지향과 대인 지향, 헤어 연출성에 차이가 있음을 규명하였다. 이러한 차이와 특성을 인식하여, 연령별로 구체적인 마케팅을 적용한다면 보다 효과적인 소비자 만족을 이끌어 낼 수 있을 것으로 보인다.

본 연구의 제한점으로는 첫째, 헤어에 관한 기초 연구가 부족하여 문헌 고찰이 어려웠다는 점이다. 둘째, 연구 대상자 선정에 있어서 서울과 경기 지역의 일부 여성 집단만을 대상으로 했으며, 연령 구분이 임의로 되었다는 점이다.

앞으로 헤어 관련 시장이 더욱 성숙되면 소비자

들의 욕구가 증대되어 의복과 같이 다양하고 광범위한 시장으로 세분화될 것으로 예측되므로, 연령 외에도 헤어에 영향을 주며 밀접한 관련을 가지는 변인들을 적용시킨 연구가 계속적으로 이루어져야 할 것이다. 또한 이러한 변인들이 영향을 미치는 정도와 방향을 밝히는 경로 모형을 제시하는 후속 연구도 필요하다고 판단된다.

### 참고문헌

- 김선옥 (1997). “미용서비스 품질인식에 관한 실증적 연구.” 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 김양휴 (1996). “패션헤어 스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구.” 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김유덕 (2002). “중, 노년층 여성의 의복추구 이미지와 의복관심과의 관계.” 경원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김찬주 (1991). “의복 구매시 소비자가 지각하는 위협에 관한 연구(1)- 위협의 유형분류, 소비자 인구변인과의 관련을 중심으로.” *한국의류학회지* 15권.
- 권대순, 임인숙 (2001). “헤어연출의 창의적 방법연구(헤어퍼스 제작을 중심으로).” *한국미용학회지* 7권 1호.
- 류은정 (1991). “의복 관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구: 서울시내 여대생을 중심으로.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박숙현, 류은혜, 이순덕 (2006). “한국과 호주여성의 헤어 스타일 행동 및 선호도 비교.” *한국생활과학회지* 15권 1호.
- 박주비, 정옥임 (2005). “여대생의 신체적 특징에 따른 의복 행동 및 헤어 스타일 행동에 관한 연구.” *대한가정학회지* 43권 6호.
- 백경진 (2003). “화장행동과 화장품 구매행동 및 영향 변인-의복 관여, 연령, 얼굴만족도 변인을 중심으로-.” 경원대학교 대학원 석사학위논문.
- 송기욱 (1999). “서비스 조직에 있어서의 내부 마케팅 전략연구-미용업을 중심으로-.” 숙명여자대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 신효정 (2002). “현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구.” 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 유은희 (2004). “헤어 미용 상품별 서비스의 위험 지각과 만족에 관한 연구.” 용인대학교 대학원 석사학위논문.
- 이명희 (2004). “지각자의 사회적 가치와 헤어 스타일 변화에 따른 이미지 지각 연구.” *복식문화연구* 12권 6호.
- 이영선 (1991). “소비자의 의복 관여와 의적정보 탐색.” 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이학식, 안광호, 하영원 (1992). *소비자 행동: 마케팅 전략적 접근*. 서울: 법문사.
- 장영용 (2002). “미용서비스 소비자 만족에 관한 연구: 소비자의 위협 지각과의 관계를 중심으로.” 동아대학교 대학원 석사학위논문.
- 정영주 (1994). “의복 관여와 준거집단 영향력과의 상관성 연구.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 정현숙 (2006). “미용서비스 소비자의 인지충성과 점포충성에 관한 이원적 충성 행동 연구.” 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 조은영 (1993). “의복 관여에 따른 제품평가기준과 불만족 요인에 관한 연구.” 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 하주연, 고애란, 정미실 (2005). “여고생의 감각 추구 성향과 신체이미지에 따른 의복행동 및 헤어 스타일 태도.” *한국복식학회지* 29권 5호.
- Ansparch, K. (1976). *The Why of Fashion*. Iowa State Press.
- Holbrook, M. B. and E. C. Hirschman (1982). “The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun.” *Journal of Consumer Research* Vol. 9 No. 2.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Petty, R. E. and J. T. Cacioppo (1984). “The Effects of Involvement on Responses to Argument Quantity and Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion.” *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 46.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A Study in Human Behavior*. N. Y.: Holt, Rinehart and Winston.
- Sproles, G. B. (1979). *Fashion Consumer Behavior toward Dress*. Minneapolis: Burgess Publishing Company.