

행동의도에 미치는 지각된 희생, 서비스질, 가치와 만족의 영향 평가

고 범석, 강종현[¶]

대구보건대학 호텔조리음료계열, 순천대학교 조리과학과[¶]

Measuring the Effects of Perceived Sacrifice, Service Quality, Value and Satisfaction on Behavior Intention

Beom-Seok Ko, Jong-Heon Kang[†]

Dept. of Hotel Culinary Arts & Wine · Coffee, Daegu Health College
Dept. of Cooking Science, Sunchon National University[¶]

Abstract

The purpose of this study is to measure the effects of behavioral intention. A total of 273 questionnaires were completed. The equation model was used to measure the causal effect.

The results demonstrated that the confirmatory factor analysis model provided an excellent model fit. The comprehensive model yielded a significantly better fit to the data and accounted for a greater share of the variance in behavioral intentions than the five competing models. The effects of satisfaction, perceived value and service quality on behavioral intention were statistically significant. As expected, service quality and value had significant effects on satisfaction. Service quality and perceived sacrifice had significant effects on value. Moreover, service quality and value perceptions had an indirect influence on behavioral intentions. The overall findings offer strong empirical support for the intuitive notion that improving service quality can increase favorable behavioral intentions and decrease unfavorable intentions.

Key words : sacrifice, service quality, value, satisfaction, behavior intention, structural equation model.

I. 서 론

점점 거세지고 있는 사업경쟁과 강한 세계화 추세로 그동안 단순한 소비자로 생각했던 고객이 협력자, 공동생산자, 가치의 공동창출자, 그리고 지식과 능력의 공동개발자로 인식되고 있다. 따라서 고객들에게 가치를 창출하여 제공하는 데에 대한 관심과 고객과의 관계를 효과적으로 관리하는 데에 대한 관심이 더 높아졌다. 사업체는 여러 표적 가치(targeted value) 창출 활동들로 기존 고

객들을 계속하여 확보하고, 새로운 고객들을 유인하고자 노력하고 있다(Wang et al. 2004). 이를 위해서 음식점 경영자들은 고객들의 행동의도에 영향을 미치는 서비스질, 지각된 희생, 가치와 만족에 대해 잘 이해하고 있어야 하고, 개선해야 할 특정 구성개념이나 구성개념들의 조합에 대해 잘 알고 있어야 한다. 경쟁에서 성공적으로 이겨내기 위해서 가장 중요하게 고려해야 하는 요인들이 서비스질, 가치와 만족이라는 것은 선행연구들(Bolton & Drew 1991; Parasuraman et al. 1991;

[¶] : 교신저자, 061-750-3694, astekjh@hanmail.net, 전남 순천시 매곡동 315

Rust *et al.* 1995; Zeithaml 1996; Parasuraman 1997; Chang & Chen 1998; Wang & Lo 2002)에서 잘 알려져 있는 사실이다.

지금까지 패스트푸드점에 대해 고객들이 지각하는 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 나타내는 구조방정식 모형들의 적합도와 행동의도 설명력을 비교하고, 구성개념들 간 직접효과와 간접효과를 평가한 선행연구들(Cronin *et al.* 2000; Brady *et al.* 2001; Brady *et al.* 2005)이 있었지만, 관광객들을 대상으로 한 연구는 없었다. 따라서 본 연구는 다음과 같이 연구목적을 설정하였다. 먼저 관광객들에게 제공된 음식서비스의 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 나타내는 구조방정식 모형들을 개발하고, 이를 모형들의 적합도와 행동의도 설명력을 비교하여 가장 좋은 적합도를 보이는 모형과 가장 높은 행동의도 설명력을 보이는 모형을 파악하고자 한다. 둘째, 직접효과를 파악하기 위하여 행동의도에 미치는 서비스질, 가치와 만족의 영향을 평가하고, 만족에 미치는 서비스질과 가치의 영향을 평가하고, 그리고 가치에 미치는 서비스질과 지각된 회생의 영향을 평가하고자 한다. 셋째, 간접효과를 파악하기 위하여 서비스질이 가치와 만족을 통하여 행동의도에 미치는 영향을 평가하고, 서비스질이 가치를 통하여 만족에 미치는 영향을 평가하고, 그리고 가치가 만족을 통하여 행동의도에 미치는 영향을 평가하고자 한다.

II. 이론적 배경

서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족, 행동의도 등의 5개 구성개념들에 대한 구조방정식 모형은 Cronin *et al.*(2000)에 의해 처음 개발되었으며, Brady *et al.*(2005)의 연구에서 수정되어 사용되었다. Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 개발된 종합모형은 패스트푸드점에서 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 평가하기

위하여 Brady *et al.*(2001)의 연구에서 사용되었으며, 온라인 구매 행동의도를 평가하기 위하여 Hackman *et al.*(2006)의 연구에서도 사용되었다.

패스트푸드점의 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 평가하기 위하여 사용되었던 종합모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 만족의 경로, 가치와 만족의 경로, 서비스질과 행동의도의 경로, 가치와 행동의도의 경로, 그리고 만족과 행동의도의 경로로 구성된 모형이었다. 이를 경로들에 의해 행동의도에 미치는 서비스질, 가치와 만족의 영향, 만족에 미치는 서비스질과 가치의 영향, 그리고 가치에 미치는 서비스질과 지각된 회생의 영향은 통계적으로 유의한 것으로 평가되었다.

Brady *et al.*(2005)의 연구에서 사용되었던 서비스질 모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 행동의도의 경로, 가치와 행동의도의 경로, 그리고 만족과 서비스질의 경로로 구성된 모형이었다. 이 모형에서 만족과 서비스질의 경로는 다른 모형들과는 다르게 서비스질에 미치는 만족의 영향을 나타내는 경로였다. Brady *et al.*(2005)의 연구에서 사용되었던 가치모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 만족의 경로, 가치와 만족의 경로, 그리고 가치와 행동의도의 경로로 구성된 모형이었다. 이 모형에서 가치와 만족의 경로는 다른 모형들과는 다르게 가치에 미치는 만족의 영향을 나타내는 경로였다. Cronin *et al.*(2000)의 연구와 Brady *et al.*(2005)의 연구에서 사용되었던 만족모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 만족의 경로, 가치와 만족의 경로, 그리고 만족과 행동의도의 경로로 구성된 모형이었다.

Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 사용되었던 간접모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 만족의 경로, 가치와 만족의 경로, 가치와 행동의도의 경로, 그리고 만

족과 행동의도의 경로로 구성된 모형이었다. 이 모형은 가치가 만족을 통하여 행동의도에 영향을 미치는 간접효과를 분석하고자 개발된 모형이었다. Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 사용되었던 연구 모형은 서비스질과 가치의 경로, 지각된 회생과 가치의 경로, 서비스질과 만족의 경로, 서비스질과 행동의도의 경로, 가치와 행동의도의 경로, 그리고 만족과 행동의도의 경로로 구성된 모형이었다. 이 모형은 서비스질이 가치 또는 만족을 통하여 행동의도에 영향을 미치는 간접효과를 분석하고자 개발된 모형이었다.

한편, Wang & Lo(2002)의 연구에선 5개 구성 개념들 이외에 서비스 차원들과 네트워크질(network quality)이란 개념들을 추가하여 구성개념들 간 인과관계를 분석하였다. 이 연구에서 지각된 회생이 가치에 미치는 영향, 가치가 만족과 행동의도에 미치는 영향, 그리고 만족이 행동의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하게 나타났었다.

III. 연구방법

1. 조사대상

설문조사자들이 응답자들에게 접근하여 설문조사 목적을 설명하고, 설문지를 배포하여 설문에 응답하도록 하는 방식으로 2006년 12월 1일부터 12월 15일까지 설문을 조사하였다. 본 연구에서 조사대상자들은 남해안 지역으로 관광을 온 관광객들로 선정되었다. 설문지는 총 300부가 회수되었으나, 부정확하게 응답을 한 27부의 설문지를 제외한 273부(91%)가 분석에 사용되었다.

2. 조사내용과 측정방법

본 연구의 설문지는 크게 2개 부분으로 구성되었다. 첫 번째 부분은 조사대상자의 일반적인 특징을 알아내기 위한 부분이었다. 이 부분은 성별, 연령, 여행목적, 여행유형, 정보원, 식사장소와 식사유형에 관한 질문으로 구성되었고, 명목척도로 측정되었다.

두 번째 부분은 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도를 알아내기 위한 부분이었다. 서비스질은 경험한 서비스의 질에 대해 느끼는 정도를 말하는 것으로 Oh(2000)의 연구에서 사용된 3개 문항들로 구성되었다. 이 개념은 ‘전반적인 품질이 훌륭했다’, ‘고객들에게 높은 품질의 음식서비스를 제공했다’, 그리고 ‘기대를 충족시켜 주는 서비스질이었다’ 등의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 척도로 측정되었다. 지각된 회생은 상품이나 서비스를 얻기 위하여 고객들이 투입하는 시간, 노력과 에너지를 말하는 것으로 Cronin *et al.*(2000)의 연구와 Brady *et al.*(2005)의 연구에서 사용된 3개 문항들로 구성되었다. 이 개념은 ‘이용하기 위하여 돈이 많이 들었다’, ‘시간이 많이 들었다’, 그리고 ‘노력이 많이 들었다’ 등의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 척도로 측정되었다. 가치는 고객이 얻을 수 있는 편익을 말하는 것으로 Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 사용된 2개 문항들로 구성되었다. 이 개념은 전반적으로 ‘나에게 가치가 있는 곳이었다’, 그리고 ‘타업체와 비교했을 때 나의 요구와 욕구를 더 잘 충족시켜 주는 곳이었다’ 등의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 척도로 측정되었다. 만족은 상품이나 서비스의 구매 경험을 바탕으로 지각된 전반적인 만족을 말하는 것으로 Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 사용된 3개 문항들로 구성되었다. 이 개념은 ‘구매 결정에 만족한다’, ‘현명한 구매 결정이었다’, 그리고 ‘올바른 구매 결정이었다’ 등의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 척도로 측정되었다. 행동의도는 재구매하고자 하는 의도나 추천하고자 하는 의도를 말하는 것으로 Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 사용된 3개 문항들로 구성

되었다. 이 개념은 ‘또 다시 이용할 것이다’, ‘친구에게 추천할 것이다’, 그리고 ‘과거에도 선택했을 것이다’ 등의 문항에 대해 전혀 동의하지 않는다면 1점을 선택하고, 아주 동의한다면 5점을 선택하도록 하는 방식의 5점 척도로 측정되었다.

3. 연구 모형

본 연구는 Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 개발되어 기존 선행연구들(Brady *et al.* 2001; Brady *et al.* 2005; Hackman *et al.* 2006)에서 적용되었던 연구 모형을 이용하여 <Fig. 1>과 같은 구조방정식 모형을 설정하였다. 본 연구는 서로 다른 경로들로 구성된 6개 모형들을 비교하기 위하여 <Fig. 1>의 구조방정식 모형을 종합모형이라 명명하였다.

서비스질, 가치, 만족, 행동의도, 지각된 회생의 인과관계를 분석하는데 있어서 Cronin *et al.*(2000)의 연구는 가치모형, 만족모형, 간접모형과 연구 모형을 개발하여 4개 모형들의 적합도와 행동의도 설명력을 비교하였고, 구성개념들 간 직접적인 효과와 간접적인 효과를 평가하였다. 한편 Brady *et al.*(2005)의 연구는 서비스질 모형, 가치모형, 만족모형과 종합모형을 개발하여 4개 모형들의 적합도와 행동의도 설명력을 비교하였고, 구성개념들 간 직접적인 효과와 간접적인 효과를 평가하였다. 따라서 본 연구는 이들의 연구를 참고하여 서비스질 모형, 가치모형, 만족모형,

간접모형 1, 간접모형 2와 종합모형 등의 구조방정식 모형을 개발하였다. 전자의 연구에서 개발되었던 간접모형과 연구 모형은 본 연구에서 각각 간접 모형 1과 간접 모형 2로 명명되었다. 나머지 모형의 명칭은 두 연구들에서 사용되었던 명칭을 그대로 사용하였다.

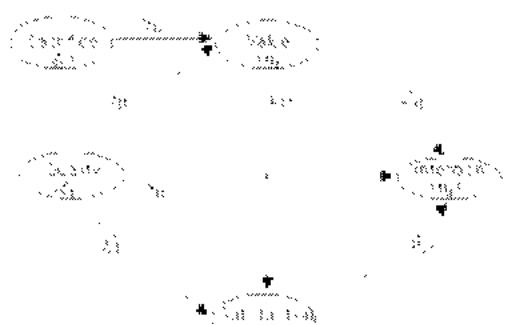
4. 분석방법

조사대상자들의 일반적 특징은 빈도분석을 이용하여 분석되었다. 본 연구는 모형에 사용될 구성개념들의 집중타당성을 분석하기 위해서 선행연구들(Rai *et al.* 2002; Babin *et al.* 2004)의 연구에서 사용했던 방법과 같이 확인요인분석 결과로 나타난 측정변수와 구성개념들 간의 요인적재량을 기준인 0.5와 비교하였고, 요인적재량을 이용하여 평균분산추출값(AVE)을 계산하여 일반적으로 추천되는 기준인 0.5와 비교하였고, 또한 요인적재량이 통계적으로 유의한지를 평가하였다. 본 연구는 구성개념들의 판별타당성을 분석하기 위해서 선행연구들(Djurkovic *et al.* 2006; Hackman *et al.* 2006)의 연구에서 사용했던 방법과 같이 평균분산추출값을 상관관계분석 결과로 나타난 상관관계 계수들과 비교하였다. 본 연구는 구성개념들의 신뢰도를 분석하기 위해서 Brady *et al.*(2001)의 연구에서 사용했던 방법과 같이 확인요인분석 결과로 나타난 요인적재량을 이용하여 혼합신뢰도를 계산하고, 이 값을 일반적으로 추천하는 기준인 0.7과 비교하였다. 확인요인분석, 상관관계분석, 구조방정식 모형의 적합도 비교와 행동의도 설명력 평가, 그리고 구성개념들 간 직접효과와 간접효과 평가를 위해서 LISREL 8.72가 이용되었다.

III. 분석결과

1. 조사대상자의 일반적 특징

<Table 1>에 의하면 성별에서 남성은 141명(51.6%)이었고, 여성은 132명(48.4%)으로 남성이



<Fig. 1> Comprehensive model.

〈Table 1〉 Respondent's general characteristics

Characteristics		N(%)
Gender	Male	141(51.6)
	Female	132(48.4)
Age	Less or 29 yrs	100(36.6)
	30~39 yrs	120(44.0)
	40~49 yrs	45(16.5)
	50 or more yrs	8(2.9)
Trip purpose	Pleasure	121(44.3)
	Visiting friends/relatives	66(24.2)
	Meeting/Seminar	36(13.2)
	Business	10(3.7)
	Other	40(14.7)
Trip pattern	Independent trip	185(67.8)
	Special group tour by workshop	23(8.4)
	Group tour by organization	18(6.6)
	Package tour by tour operator	13(4.8)
	Other	34(12.5)

여성보다 많았다. 연령에서 20대와 30대 응답자는 각각 100명(36.6%)과 120명(44.0%)으로 가장 많았고, 40대와 50대 이상 응답자는 각각 45명(16.5%)과 8명(2.9%)이었다. 여행목적에서 순수 관광이 121명(44.3%)으로 친구나 친척 방문을 위한 여행이나 가장 많았고, 사업여행이 10명(3.7%)으로 가장 적었다. 여행유형에서 개별여행이 185명(67.8%)으로 가장 많았고, 직장에서의 위로나 연수여행, 여행사가 아닌 다른 조직(친목/소속단체)에 의한 단체여행과 여행사를 통한 단체여행은 각각 23명(8.4%), 18명(6.6%), 13명(4.8%)으로 적은 분포를 보였다.

2 구성개념들의 타당성과 신뢰성

본 연구는 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 파악하기 위하여 14개 설문문항들로부터 구성개념들을 측정하였다. 이러한 구성개념들의 타당성을 파악하기 위하여 확인요인분석을 수행하였다.

〈Table 2〉에 의하면 서비스질 측정변수의 적

재량은 각각 0.728, 0.733, 0.809, 지각된 회생 측정변수의 적재량은 각각 0.537, 0.759, 0.865, 가치 측정변수의 적재량은 각각 0.571, 0.655, 만족 측정변수의 적재량은 0.714, 0.780, 0.820, 그리고 행동의도 측정변수의 적재량은 각각 0.791, 0.796, 0.810로 나타났다.

확인요인분석 결과에 의하면 구성개념과 측정 변수들 간 요인적재량은 0.537 이상으로 나타나 기준(0.5)보다 높게 나타났을 뿐만 아니라, $p < 0.05$ 수준에서도 유의하였다. 이러한 결과는 구성개념들이 집중타당성을 갖추고 있다고 할 수 있다.

평균분산추출값은 서비스질이 0.574, 지각된 회생이 0.378, 가치가 0.538, 만족이 0.597, 그리고 행동의도가 0.639로 나타났다. 〈Table 3〉의 상관관계분석 결과에 의하면 서비스질과 만족과의 상관계수(0.614)가 가장 높게 나타나 공유분산도 0.377로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 만족과 행동의도의 상관계수(0.548), 가치와 만족의 상관계수(0.543), 서비스질과 행동의도의 상관계수(0.521), 가치와 행동의도의 상관계수(0.518), 서비스질과 가치의 상관계수(0.435), 지각된 회생과 가치의 상관계수(0.338)의 순이었다. 지각된 회생과 서비스질의 상관계수(-0.065), 지각된 회생과 만족의 상관계수(-0.005), 그리고 지각된 회생과 행동의도의 상관계수(0.049)는 아주 낮게 나타났으며, $p < 0.05$ 수준에서 유의하지 않게 나타났다. 이 상관관계분석 결과와 평균분산추출값에 의하면 가장 낮은 평균분산추출값은 0.378이었지만, 공유분산들 중 가장 높은 값인 0.377에 비해선 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과에 의하면 구성개념들이 판별타당성을 갖추고 있다고 할 수 있다.

확인요인분석에 사용된 모형의 적합도는 〈Table 4〉에서 제시되었다. Chi-square는 68.460으로 유의하지 않게 나타났고, 기초적합지수(GFI)는 0.967, 근사평균제곱오차제곱근(RMSEA)은 0.009, 비교적합지수(CFI)는 0.999, 상대비중심지수(RNI)는 0.999, 비표준적합지수(NNFI)는 0.999로 모형의 적합성

〈Table 2〉 Results of confirmatory factor analysis

Variables	Mean (SD)	Factor loading	t	AVE	α
This facility provided high quality to its customers.	3.213 (.939)	.809	14.462***	.574 ¹⁾	.801
This facility's service quality met my expectations.	3.095 (.878)	.733	12.781***		
The overall quality of this facility was high.	3.048 (.959)	.728	12.666***		
The time required to use this facility was high.	2.908 (1.041)	.865	13.815***	.538 ²⁾	.771
The price charge to use this facility was high.	3.000 (1.095)	.759	12.184***		
The effort that I must make to receive the services offered was high.	2.919 (1.071)	.537	8.636***		
Overall, the value of this facility's services to me is high	3.066 (.868)	.655	8.598***	.378 ³⁾	.547
Compared to what I had to give up, the overall ability of this facility to satisfy my wants and needs is high.	3.304 (1.060)	.571	7.851***		
I think that I did the right thing when I purchased this service.	3.022 (1.014)	.820	15.013***	.597 ⁴⁾	.816
My choice to purchase this service was a wise one.	2.996 (.998)	.780	14.060***		
This facility is exactly what is needed for this service.	2.952 (1.015)	.714	12.539***		
I intend to continue doing business with this facility over the next few years.	3.168 (1.078)	.810	14.976***	.639 ⁵⁾	.841
I am very likely to recommend this facility.	3.319 (.995)	.796	14.632***		
As long as the present service continuous, I doubt that I would not switch competitors.	3.264 (1.038)	.791	14.523***		

*** $p<0.001$, ¹⁾ Quality, ²⁾ Sacrifice, ³⁾ Value, ⁴⁾ Satisfaction, ⁵⁾ Intention.

〈Table 3〉 Correlation coefficients of constructs

	ξ_1	ξ_2	η_1	η_2	η_3
ξ_1	1	0.004	0.189	0.377	0.271
ξ_2	0.065 (-.881)	1	0.114	0.000	0.002
η_1	0.435 (5.270)***	0.338 (3.992)***	1	0.295	0.268
η_2	0.614 (11.646)***	0.005 (-.066)	0.543 (7.029)***	1	0.300
η_3	0.521 (9.028)***	0.049 (.680)	0.518 (6.696)***	0.548 (9.904)***	1

*** $p<0.001$, t value in parenthesis. Shared variance in top half

을 평가하는 지표를 충족하는 것으로 나타났기 때문에 모형은 모집단 자료에 적합하다는 것을 알 수 있다. 또한 본 연구의 적합도 지수들은 Cronin *et al.*(2000)의 연구에서 확인요인분석에 사용된 모형의 적합도 지수들에 비해서도 더 우수한 것으로 나타났다. 이 결과에 의하면 구성개념들의 타당성과 신뢰성을 파악하기 위하여 사용된 모형이 적합한 모형이었음을 알 수 있다.

한편, 구성개념들의 혼합신뢰도 분석결과에 의하면 서비스질의 신뢰도는 0.801, 지각된 회생의 신뢰도는 0.771, 가치의 신뢰도는 0.547, 만족의 신뢰도는 0.816, 그리고 행동의도의 신뢰도는 0.841로 나타났다. 가치의 신뢰도를 제외한 구성개념들의 신뢰도는 일반적인 추천 기준(0.7)보다 높게 나타났다. 가치의 신뢰도도 Nunnally(1967)가 추천한 기준(0.5)보다 높게 나타났다(Andreassen & Lindestad 1998; Gilbert *et al.* 2004). 이 결과들에 의하면 본 연구에서 사용하고 있는 구성개념들이 충분한 타당성과 신뢰성을 갖추고 있다고 할 수 있다.

3. 구조방정식 모형의 적합도 분석

본 연구는 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계를 파악하기 위하여 6개

의 모형을 개발하였다. 6개의 모형을 비교한 결과는 〈Table 4〉에 제시되어 있다.

〈Table 4〉에 의하면 품질모형의 Chi-square는 93.496으로 유의하게 나타났고, 기초적합지수(GFI)는 0.954, 근사평균제곱오차제곱근(RMSEA)은 0.033, 비교적합지수(CFI)는 0.984, 상대비중심지수(RNI)는 0.984, 비표준적합지수(NNFI)는 0.980으로 모형의 적합성을 평가하는 대부분의 지표를 충족하는 것으로 나타났다.

가치모형, 만족모형, 간접모형 1과 간접모형 2의 Chi-square 값은 각각 88.903, 88.985, 79,010, 83.122로 유의하지 않게 나타났고, 이 4개 모형들의 나머지 적합지수에서도 모형의 적합성을 평가하는 지표를 충족하는 것으로 나타났기 때문에 4개 모형들은 모집단 자료에 적합하다는 것을 알 수 있다. 한편, 종합모형의 Chi-square 값도 71.585로 유의하지 않게 나타났고, 나머지 적합지수에서도 모형의 적합성을 평가하는 지표를 충족하는 것으로 나타났기 때문에 종합모형은 모집단 자료에 적합하다는 것을 알 수 있다. 이 종합모형은 품질모형, 가치모형, 만족모형, 간접모형 1, 간접모형 2의 Chi-square 값과 각각 21.911, 17.318, 17.400, 7.425, 11.538의 차이를 보였을 뿐만 아니라 통계적으로도 유의한 차이였으며, 종합모형

〈Table 4〉 Results of fit measures

Fit	CFA model	1st model	2nd model	3rd model	4th model	5th model	6th model
$\chi^2(df)$	68.460 (67)	93.496 (72)*	88.903 (72)	88.985 (72)	79.010 (71)	83.122 (71)	71.585 (70)
$\Delta\chi^2(df)$		21.911 (2)*	17.318 (2)*	17.400 (2)*	7.425 (1)*	11.538 (1)*	
GFI	.967	.954	.956	.957	.962	.959	.965
RMSEA	.009	.033	.029	.029	.020	.025	.009
CFI	.999	.984	.987	.987	.994	.991	.999
RNI	.999	.994	.987	.987	.994	.991	.999
NNFI	.999	.980	.984	.984	.992	.988	.998
R^2		.395	.477	.352	.400	.401	.406

* $p<0.05$, 1st model: Quality, 2nd model: Value, 3rd model: Satisfaction, 4th model: Indirect 1, 5th model: Indirect 2, 6th: Comprehensive. R^2 : Squared multiple correlation of Intention. The Significance threshold for $\Delta\chi^2(1)$ is 3.84 and $\Delta\chi^2(2)$ is 5.99.

의 적합성을 평가하는 대부분의 지표가 다른 5개 모형들의 지표보다 더 우수하게 나타났다. 이러한 결과에 의하면 종합모형이 다른 모형들에 비해 좋은 적합도를 보이는 가장 우수한 모형이라는 것을 알 수 있다.

6개 모형들 중 가치모형에서 행동의도 설명력은 0.477로 가장 높았고, 그 다음이 종합모형, 간접모형 2와 간접모형 1에서 행동의도 설명력의 순이었다. 종합모형에서와 다르게 만족이 서비스질에 영향을 미치는 경로가 존재하였던 서비스질 모형과 만족이 가치에 영향을 미치는 경로가 존재하였던 가치모형 이외에 종합모형의 행동의도 설명력은 만족모형, 간접모형 1과 간접모형 2보다 높게 나타났다.

4. 구조방정식 모형의 구성개념들 간 인과 관계 분석

이론모형에서 경로계수들의 통계적 유의성 분석결과들은 <Table 5>에서 제시되었다. 모든 개념들 간 경로들에서 한 개념이 다른 개념에 미치는 영향은 $p<0.05$ 이상 수준에서 통계적으로 유

의하였다. 설정된 개념들 간 경로들 중 가장 높은 영향을 보인 경로는 행동의도에 영향을 미치는 서비스질의 경로였고, 가장 낮은 영향을 보인 경로는 가치에 영향을 미치는 지각된 회생의 경로였다.

서비스질이 행동의도에 미치는 영향은 t 값이 2.724로 나타났고, 가치가 행동의도에 미치는 영향은 t 값이 2.517로 나타났고, 그리고 만족이 행동의도에 미치는 영향은 t 값이 2.613으로 나타나 통계적으로 유의하였다. 서비스질과의 경로계수(0.316), 가치와의 경로계수(0.385), 만족과의 경로계수(0.292), 그리고 잔차(0.455)의 합으로 계산되는 행동의도 설명력은 40.6%였다.

서비스질이 만족에 미치는 영향은 t 값이 5.637로 나타났고, 가치가 만족에 미치는 영향도 t 값이 3.158로 나타나 통계적으로 유의하였다. 서비스질과의 경로계수(0.542), 가치와의 경로계수(0.407), 그리고 잔차(0.328)의 합으로 계산되는 만족 설명력은 46.1%였다.

서비스질이 가치에 미치는 영향은 t 값이 4.868로 나타났고, 지각된 회생이 가치에 미치는 영향

<Table 5> Causal relationships of constructs

Path	$\Gamma \cdot \xi$	$B \cdot \eta_1$	$B \cdot \eta_2$	ζ	R^2
γ_{11}	.376(4.868)***				
γ_{12}	.234(3.866)***				
η_1				.236	.311
γ_{21}	.542(5.637)***				
β_{21}		.407(3.158)**			
η_2				.328	.461
γ_{31}	.316(2.724)**				
β_{31}		.385(2.517)**			
β_{32}			.292(2.613)**		
η_3				.455	.406

** $p<0.01$, *** $p<0.001$. t value in parenthesis.

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{12}\xi_2 + \zeta_1, \quad \eta_2 = \gamma_{21}\xi_1 + \beta_{21}\eta_1 + \zeta_2,$$

$$\eta_3 = \gamma_{31}\xi_1 + \beta_{31}\eta_1 + \beta_{32}\eta_2 + \zeta_3.$$

도 t 값이 3.866으로 나타나 통계적으로 유의하였다. 지각된 회생과의 경로계수(0.234), 서비스질과의 경로계수(4.868), 그리고 잔차(0.236)의 합으로 계산되는 가치 설명력은 31.1%였다.

5개 구성개념들 간 직접효과, 간접효과, 총효과, 의사효과와 공변량효과에 대해 분석한 〈Table 6〉에 의하면, 간접효과는 서비스질이 만족에 영향을 미치는 경로, 서비스질이 행동의도에 영향을 미치는 경로, 그리고 가치가 행동의도에 영향을 미치는 경로에서 발생하였고, 서비스질이 행동의도에 미치는 간접효과(0.276)가 가장 높게 나타났다. 서비스질이 가치를 통하여 만족에 미치는 간접효과는 t 값이 2.875로 나타났고, 서비스질이 가치와 만족을 통하여 행동의도에 미치는 간접효과는 t 값이 4.139로 나타났고, 그리고 가치가 만족을 통하여 행동의도에 미치는 간접효과는 t 값이 2.198로 나타나 통계적으로 유의하였다.

구성개념들 간 의사효과는 가치가 만족에 영향을 미치는 경로, 가치가 행동의도에 영향을 미치는 경로, 그리고 만족이 행동의도에 영향을 미치는 경로에서 발생하였고, 만족이 행동의도에 미치는 의사효과(0.291)가 가장 높게 나타났다. 구성개념들 간 총효과를 중에서 서비스질이 만족에 미치는 총효과(0.621)는 가장 높게 나타났고, 만족이 행동의도에 미치는 총효과(0.260)는 가장 낮게 나타났다. 구성개념들 간 공변량효과를 중에서 서비스질이 만족에 미치는 공변량효과(0.621)

가 총효과에서와 같이 가장 높게 나타나 서비스질과 만족의 상관관계가 가장 강했고, 지각된 회생이 가치에 미치는 공변량효과(0.332)는 가장 낮게 나타나 지각된 회생과 가치의 상관관계가 가장 약했다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도의 인과관계가 서로 다른 6개 구조방정식 모형들을 개발하였고, 이 모형들 간 적합도와 행동의도 설명력을 비교를 통해 가장 좋은 적합도와 행동의도 설명력을 보이는 구조방정식 모형을 파악하고, 그리고 구성개념들 간 인과관계를 파악하고자 설문조사를 시행하여 구조방정식 모형을 분석하였다. 분석결과는 다음과 같다.

구성개념들의 타당성과 신뢰성은 확인요인분석 결과, 평균분산 추출값, 혼합신뢰도와 상관관계분석 결과에 의해 입증되었다. 6개 구조방정식 모형들 간 적합도를 비교한 결과에 의하면 종합모형의 적합도가 가장 좋은 적합도를 보였다. 구조방정식 모형들 간 행동의도 설명력을 비교한 결과에 의하면 가치모형 행동의도 설명력이 가장 높게 나타났다. 구성개념들 간 인과관계를 분석한 결과에 의하면 서비스질과 지각된 회생은 가치에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 서비스질과 가치는 만족과 행동의도에

〈Table 6〉 Standardized total effects

Path	Total	Direct	Indirect	Spurious	Covariate
γ_{11}	.448(4.868)***	.448			.448
γ_{21}	.621(7.715)***	.485	.136(2.875)**		.621
γ_{31}	.528(6.866)***	.252	.276(4.139)***		.528
β_{21}	.306(3.158)**	.306		.217	.523
β_{31}	.337(3.334)***	.257	.080(2.198)*	.169	.506
β_{32}	.260(2.613)**	.260		.291	.551
γ_{12}	.332(3.866)***	.332			.332

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$. t value in parenthesis.

통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 만족은 행동의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 서비스질이 가치를 통하여 만족에 미치는 영향, 서비스질이 가치와 만족을 통하여 행동의도에 미치는 영향, 그리고 가치가 만족을 통하여 행동의도에 미치는 영향은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

본 연구의 결과들은 남해안 지역 음식점 경영자들에게 관광객들의 재방문 의도가 실제 방문으로 나타나도록 하는데 서비스질, 가치와 만족이 영향을 미친다는 것을 시사해 주고 있다. 따라서 음식점 경영자들은 서비스질을 개선하고, 고객에게 우수한 가치를 제공하고, 보다 높은 만족을 제공함으로써 경쟁 환경에서 경쟁적 잇점을 확보하고 유지할 수 있다는 것을 나타내 주고 있다. 또한 서비스질과 가치는 재방문 의도에 직접적인 영향뿐만 아니라 간접적인 영향도 미친다는 점을 시사해 주고 있어, 특정 구성개념에 대해서만 방안을 강구하는 것이 아니라 여러 구성개념들에 대해서도 방안을 강구하여야 재방문 의도가 실제 행동으로 나타날 가능성성이 훨씬 더 높아진다는 것을 보여주고 있다.

이론적인 측면에서 본 연구는 패스트푸드점 연구에서 다루어졌던 구성개념들 간 인과관계와 구조방정식 모형들을 남해안 지역 음식점들에 적용하여 관광객들이 지각하는 서비스질, 지각된 회생, 가치, 만족과 행동의도 등의 구성개념들 간 인과관계를 이해하는데 도움을 줄 수 있는 연구들을 제공하고 있다고 사료된다. 그러나 본 연구에서 모형들의 행동의도 설명력이 패스트푸드점 연구에서 보였던 모형들의 행동의도 설명력과 다르게 나타난 것과 본 연구의 결과를 일반화하기 위해선 다른 표본과 다른 음식점을 대상으로 설문조사하여 본 연구에서 사용하고 있는 구성개념들 간 인과관계를 더 분석해 보는 추가 연구가 필요하다고 생각된다. 또한, 음식점 경영자들에게 보다 더 유용한 시사점을 제시해 주기 위해서 행동의도를 고객 유지와 고객 충성도로 구분하여

분석할 필요가 있다고 생각된다.

참고문헌

1. Andreassen TW · Lindestad B (1998) : Customer loyalty and complex services. *International Journal of Service Industry Management* 9(1):7-23.
2. Babin BJ · Chebat JC · Michon R (2004) : Perceived appropriateness and its effect on quality, affect and behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services* 11:287-298.
3. Bolton R · Drew JH (1991) : A multistage model of customers' assessment of service quality and value. *Journal of Consumer Research* 17:375-384.
4. Brady MK · Knight GA · Cronin JJ · Tomas G · Hult M · Keillor BD (2005) : Removing the contextual lens: a multinational, multi-setting comparison of service evaluation models. *Journal of Retailing* 81(3):215-230.
5. Brady MK · Robertson CJ · Cronin JJ (2001) : Managing behavioral intentions in diverse cultural environments. *J International Management* 7:129-149.
6. Chang TZ · Chen SJ (1998) : Market orientation, service quality and business profitability: a conceptual model and empirical evidence. *Journal of Service Marketing* 12(4): 246-264.
7. Cronin JJ · Brady MK · Tomas G · Hult M (2000) : Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intention in service environments. *Journal of Retailing* 76(2):193-218.
8. Djurkovic N · McCormack D · Casimir G (2006) : Neuroticism and the psychosomatic model of workplace bullying. *Journal of Managerial*

- Psychology 21(1):73-88.
9. Gilbert GR · Goode MMH · Moutinho L (2004) : Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach. *Journal of Services Marketing* 18(5):371-383.
10. Hackman D · Gundergan SP · Wang P · Daniel K (2006) : A service perspective on modelling intentions of on-line purchasing. *Journal of Service Marketing* 20(7):459-470.
11. Oh H (2000) : Diners' perceptions of quality, value, and satisfaction. *The Cornell HRA Quarterly* 41(3):58-66.
12. Parasuraman A (1997) : Reflections on gaining competitive advantage through customer value. *Journal of Marketing* 25(2):154-161.
13. Parasuraman A · Berry L · Zeithaml VA (1991) : Perceived service quality as a customer-focused performance measure: an empirical examination of organizational barriers using and extended service quality model. *Human Resource Management* 30(3):335-364.
14. Rai A · Lang SS · Welker RB (2002) : Assessing the validity of IS success models: an empirical test and theoretical analysis. *Information Systems Research* 13(1):50-69.
15. Rust RT · Zahorik AJ · Keiningham TL (1995) : Return on quality (ROQ): making service quality financially accountable. *Journal of Marketing* 59:58-70.
16. Wang Y · Lo HP (2002) : Service quality, customer satisfaction and behavior intentions. *Info* 4:50-60.
17. Wang Y · Lo HP · Chi R · Yang Y (2004) : An integrated framework for customer value and customer relationship management performance. *Managing Service Quality* 14(2/3):169-182.
18. Zeithaml VA (1996) : The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing* 60(2):31-46.

2007년 3월 15일 접수

2007년 6월 13일 게재 확정