

## 통계적 방법을 활용한 대학기숙사식당 서비스품질 측정

강성<sup>1</sup> · 최경호<sup>2</sup>

<sup>1</sup>전주대학교 경영대학 경영학부 · <sup>2</sup>전주대학교 대체의학대학 기초의과학과

접수 2009년 7월 25일, 수정 2009년 9월 17일, 게재확정 2009년 10월 26일

### 요약

대학의 기숙사는 학생들에게 쾌적한 숙식환경을 제공함으로써 면학의 편의를 도모하고 학생들이 편안한 마음으로 대학생활을 영위할 수 있게 하는 곳이다. 이를 위해서 기숙사는 단순한 숙식제공 공간이 아니라 다양한 교육공간으로 활용되어야 한다. 그럼에도 불구하고 대부분의 기숙사에서 선택사항이 아닌 필수사항으로 제공하는 식당 서비스의 품질은 학생이나 학부모가 숙박시설을 선택하는 주요요인으로 작용하고 있다. 이에 본 연구에서는 기숙사 식당을 이용하는 입사생을 대상으로 서비스품질을 측정하여, 대학이 경쟁력 확보차원에서 운영하는 기숙사식당의 만족도를 높이기 위한 요인이 무엇인지 규명해 보았다. 통계적인 방법을 이용하여 분석해 본 결과 반응성과 공감성이 통계적으로 유의한 요인으로 판명되었다.

주요용어: 대학기숙사식당, 서비스품질, 서비스품질측정모형, 회귀분석.

### 1. 서론

오늘날 대부분의 대학은 입학 지원자 수가 감소하게 됨에 따라 신입생 유치에 무척 고심하고 있다. 수도권 대학은 보다 우수한 학생을 유치하기 위해서, 그리고 대부분의 지방대학에서는 입학충원률을 높이기 위해서 치열한 경쟁을 하고 있다.

이러한 상황에 적절하게 대응하기 위해서 대학은 다양한 노력을 하고 있다. 최근 많은 대학에서의 대규모 기숙사 신축도 그 대처 방안의 하나이다. 대학의 기숙사는 다른 숙박시설에 비하여 비교적 저렴하고 안전하며 신뢰할 수 있다는 점과 식사의 해결이 비교적 쉽다는 장점을 가지고 있다. 반면에 기숙사는 타 숙박시설에 비해 여러 제한 요소가 있다는 단점을 가지고 있다.

기숙사는 학생들에게 쾌적한 숙식환경을 제공함으로써 면학의 편의를 도모하고 학생들이 편안한 마음으로 대학생활을 영위할 수 있게 하는 곳이다 (김정숙 외, 2005). 이를 위해서 기숙사는 단순한 숙식제공 공간이 아니라 다양한 교육공간으로 활용되어야 한다. 그럼에도 불구하고 대부분의 기숙사에서 선택사항이 아닌 필수사항으로 제공하는 식당 서비스의 품질은 학생이나 학부모가 숙박시설을 선택하는 주요요인으로 작용하고 있다.

특히 학교 주위에 기숙사를 대신할 수 있는 현대화된 숙박시설이 늘어나면서 기숙사는 입사생을 확보하기 위해 시설의 현대화는 물론 다양한 서비스 운영의 합리화를 위한 노력을 기울이고 있으나, 입학생들의 식사 단위 옵션 (dining unit options)에 대한 요구가 급증하고 있고 식사 서비스에 의해서 제공되는 음식의 품질개선요구는 증가되고 있는 실정이다.

<sup>1</sup> (560-759) 전북 완산구 효자동 3가 1200, 전주대학교 경영학부, 교수.

<sup>2</sup> 교신저자: (560-759) 전북 완산구 효자동 3가 1200, 전주대학교 기초의과학과 (통계학), 교수.  
E-mail: ckh414@jj.ac.kr

대학 기숙사 식당은 학생들의 기본적인 영양 욕구를 만족시키기 위해 신선하고 위생적이며 맛있는 음식을 다양하게 제공할 필요가 있다. 오늘날 대학생들은 좋은 품질의 음식과 음식의 영양가 이상의 것을 기대하고 있다 (Gramling 등, 2005). 따라서 기숙사 식사 서비스 운영자는 기숙사 식사 경험에 대한 소비자 기대의 증가에 맞추기 위해 학생들의 욕구를 충분히 인식하고 그들의 욕구를 만족시키는 것이 중요하다. 그러나 많은 대학생들은 만족수준에 대한 그들의 관심과는 관계없이 식사비용을 이미 지불했기 때문에 기숙사 식당 서비스를 사용하고 있는 것이 현실이다.

기숙사 입사생들의 삶의 질을 위해 식사 서비스는 중요한 역할을 하고 있다. 그 동안의 연구들이 음식 품질, 환경, 서비스 품질, 편리성 및 가격과 가치가 고객만족의 중요한 예측치 (predictors)라는 아이디어를 지지함에도 불구하고 (Almanza 등, 1994; Pettijohn 등, 1997; Lee, 2004), 기숙사 음식 서비스 시설의 성공과 관련하여 이러한 요인들을 실제로 조사한 연구는 거의 없었다. 이에 본 연구에서는 J대학의 기숙사 식당을 이용하는 입사생을 대상으로 서비스품질을 측정하여, 대학이 경쟁력 확보차원에서 운영하는 기숙사식당의 만족도를 높이기 위한 요인이 무엇인지 통계적인 방법을 활용하여 규명해 보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

오늘날 서비스 관련 기업이 직면한 가장 커다란 도전 중의 하나는 경쟁이 심화되고 고객의 요구가 계속적으로 증대되고 있는 것이다. 고객은 그들이 경험하게 되는 서비스품질에 대해 더욱 비판적이 되고 있다. 이제 기업이 제공하는 서비스품질은 중요한 차별요소가 되었고, 이는 많은 선도적 서비스 조직이 갖고 있는 가장 강력한 경쟁무기가 되고 있다 (Berry 등, 1988). 이러한 관점에서 보면 기업의 성공은 우수한 서비스를 제공하는 능력과 관련되어 있으며, 높은 품질을 유지함으로써 우수한 서비스를 제공하는 것은 성공의 선행조건이 되고 있다 (Parasuraman 등, 1988).

서비스품질은 서비스 분야에서 가장 중요한 연구 주제이다 (Fisk 등, 1993). 초기의 서비스품질 연구는 소비자 행동과 confirmation/disconfirmation 패러다임에 토대를 두었다. 이들 연구에서는 이전에 기대했던 품질과 사용경험에 따른 품질을 비교하였고, 제조업의 품질개념을 사용하지 않고 소비자 행동 모델에 대한 서비스품질개념을 개발하여 사용하였다. 또한 이들 연구에 의하면, 고객은 서비스 제공자로부터 실제 부여 받은 지각된 성과 (performance)를 그들이 서비스 경험에서 기대하는 성과라고 믿는 것과의 비교를 통해서 서비스 품질을 평가한다는 것이다 (Gronroos, 1982; Parasuraman 등, 1985). 이러한 관점에서 본다면 서비스품질은 제공된 서비스가 고객의 기대와 일치하는 정도를 측정하는 것이라 볼 수 있다.

우수한 품질의 서비스를 제공하는 것은 많은 유사한 경쟁자를 능가하기 위한 가장 효과적인 수단으로 인식되고 있다. 우수한 서비스품질은 선도적 조직이 보유하고 있는 무기이며 (Berry *et al.*, 1988), 이들의 전략적 우위는 기업의 이익과 시장점유율에 기여한다 (Buzzell과 Gale, 1987; Gale, 1992; Zeithaml 등, 1996).

따라서 서비스 제공자는 고객의 요구를 만족시킬 수 있도록 필요한 바를 개발·제공해야 하며, 이러한 목적을 달성하기 위하여 서비스 제공자는 고객이 어떻게 그들이 제공하는 서비스에 대한 품질을 평가하고, 고객이 어떻게 조직을 선택하고, 그리고 무슨 기준으로 고객이 단골을 정하는지를 측정하고 이해해야 한다.

서비스 품질을 측정하기 위한 도구로는 Parasuraman 등 (1985)에 의하여 개발된 SERVQUAL이 대표적인데, 이는 서비스 기업이 고객의 기대와 평가를 이해하는 데 사용할 수 있는 다문항 척도이다. SERVQUAL의 차원과 차원의 정의를 김연성 등 (2004)을 토대로 정리해 보면 표 2.1과 같다.

한편 일반 식당의 서비스품질과 관련된 선행연구를 살펴보면, 음식품질, 서비스품질, 청결, 편리한 위

표 2.1 SERVQUAL의 5개 차원

SERVQUAL 차원	SERVQUAL 차원의 정의
유형성	물리적 시설, 장비, 직원, 커뮤니케이션 자료의 외양
신뢰성	약속한 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력
대응성	고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 태세
확신성	직원의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 능력
공감성	회사가 고객에게 제공하는 개별적 배려와 관심

치, 바른 서비스 및 합리적인 가격과 가치가 상업적, 공공단체의 푸드서비스 산업에서 재방문 의도를 결정하는 고객만족에 영향을 미치는 중요한 차원임을 밝힌 Qu (1997), Pettijohn 등 (1997), Lee (2004) 등이 있다. 그러나 본 연구의 목적에서 밝힌 바와 같이, 대학의 기숙사 식당을 이용하는 입사생을 대상으로 서비스품질을 측정하여 대학이 경쟁력 확보차원에서 운영하는 기숙사식당의 만족도를 높이기 위한 요인이 무엇인지 규명해 보는 연구는 많지 않다.

### 3. 연구방법

J대학의 기숙사 식당은 H업체에서 위탁운영하고 있다. 이에 본 연구수행을 위한 측정도구 개발과 설문조사는 위탁관리업체인 H업체의 협력을 받아 수행되었는데, 이 연구결과가 기숙사식당 서비스품질 개선 및 이를 통한 경쟁력 확보에 도움이 될 수 있을 것이라는 관점에서 적극적인 지원을 받았다.

J대학의 기숙사는 306명 수용 가능한 스타홈과 592명을 수용할 수 있는 스타빌 등의 구관과 997명을 수용할 수 있는 스타타워 등 총 3개동이 있으며, 이 중 스타빌과 스타타워에 기숙사식당이 있다.

본 연구의 목적이 기숙사식당 서비스품질 측정에 있는 바, 이를 위한 척도개발을 위해 식당서비스품질 측정에 대한 선행연구인 박정숙 (2000), 박수정 등 (2004), 김연성 등 (2004), 서경화와 신민자 (2006) 등을 참고하여 적합하다고 생각되는 문항을 발굴하였다. 이를 토대로 기숙사식당 관리자, 관련 교수들과 충분한 토의를 거쳐 20개로 구성된 1차 측정도구를 구성하였다. 이후 기숙사 3개 동으로부터 각각 10명씩 할당표본을 추출하여 30명을 대상으로 예비조사를 실시하여, 중복되거나 이해가 어렵다고 판단되는 문항을 제거함으로써 최종 16개의 문항으로 구성된 측정도구를 완성하였다.

일반적으로 적용되는 SERVQUAL모형에서는 22개의 문항으로 이루어진 측정도구를 활용하지만, 이를 기숙사식당에 그대로 적용하기에는 다소 무리가 있는 문항들이 있는 바, 검토 및 예비조사 과정에서 이들을 제외하다보니 16개로 구성되는 측정도구가 만들어 졌다.

한편 설문조사는 식당서비스품질 측정을 위한 리커트 5점척도로 구성되는 16개 문항과 인구통계적인 문항 (학년, 성별, 기숙사식당 명칭), 전반적 만족도 등 모두 20개 문항으로 이루어진 설문지를 자기기입식에 의하여 수행되었다. 이 과정에서 대표성을 높이기 위하여 표본배분은 전체 300명을 각 기숙사 동별로 비례할당하였으며, 이 중 292매가 회수되었는데 결측응답이 많거나 같은 번호에 연이어 응답하는 등과 같은 불성실한 응답을 제외하고 268매를 분석에 활용하였다. 통계분석은 SPSS17.0을 이용하여 기술통계 및 요인분석 (강중철과 정세창, 2009) 나아가 중회귀분석 (박상규와 오정현, 2009)을 실시하였다.

### 4. 통계분석

#### 4.1. 응답자 특성

본 조사의 응답자 특성을 살펴보면 다음과 같다. 전체 응답자 중 남학생이 38.4% (103명), 여학생이

61.6% (165명)이며, 학년별로는 1학년 31.8% (85명), 2학년 27.3% (73명), 3학년 25.5% (68명) 그리고 4학년 15.4% (41명)로 나타났다. 남녀 학생의 비율과 학년별 비율은 기숙사 전체의 인적 구성비와 큰 차이가 없어 분석대상의 표본이 기숙사 사생에 대한 대표성이 있다고 여겨진다. 한편 신관 식당을 이용하는 응답자는 35.2% (94명)이고 구관 식당을 이용하는 응답자는 64.8% (173명)이었다.

#### 4.2. 요인분석

총 16개의 설문항목의 식당서비스품질에 대한 만족도 값에 대해 상관행렬 및 베리맥스 (varimax) 회전을 통하여 요인분석을 실시하였다. 요인은 고유값 (eigenvalue) 1을 기준으로 추출하였다. 그 결과 유형성, 신뢰성, 반응성, 공감성 등 4개의 요인으로 묶인 바, 정리하면 표 4.1과 같다. 문항 전체에 대한 Cronbach  $\alpha$ 값은 0.886으로 비교적 높게 나타난 가운데, 만족도 점수는 공감성 차원에 대한 점수가 가장 낮게 나타났다.

표 4.1 요인분석 결과

차원	품질속성	요인적재값	고유값	누적분산(%)	Cronbach $\alpha$	평균 $\pm$ 표준편차
반응성	종업원의 친절성	.802	3.278	19.285	.850	3.29 $\pm$ 0.78
	요청사항에 대한 응대	.776				3.19 $\pm$ 0.82
	자발적 응대	.708				3.00 $\pm$ 0.83
	종업원에 대한 믿음성	.648				3.15 $\pm$ 0.83
	메뉴에 대한 인지정도	.545				3.37 $\pm$ 0.80
유형성	서비스의 신속성	.476	2.988	36.860	.736	3.09 $\pm$ 0.86
	설비 및 장식	.829				3.24 $\pm$ 0.85
	편의시설	.736				2.97 $\pm$ 1.06
	메뉴판 외양	.626				2.90 $\pm$ 0.92
공감성	종업원 외양	.565	2.697	52.725	.794	3.50 $\pm$ 0.74
	이용자 욕구 이해	.794				2.63 $\pm$ 0.89
	이용자 이익 우선	.792				2.81 $\pm$ 0.93
	입맛을 고려한 메뉴개발	.741				2.42 $\pm$ 0.96
신뢰성	이용자에 대한 관심	.569	1.629	62.305	.695	2.82 $\pm$ 0.85
	배식시간 준수	.856				3.57 $\pm$ 0.93
	약속한 시간 배식 준수	.829				3.74 $\pm$ 0.84

#### 4.3. 신뢰성 및 타당성 검토

본 연구를 위하여 개발된 측정도구가 요인분석을 수행하는데 적합한지를 확인하기 위하여 Bartlett의 구형성 검정을 한 결과  $\chi^2=1633.99$ , 자유도=120,  $p<0.001$ 로 유의한 결과가 나왔고, KMO 값이 0.893으로 본 측정도구는 요인분석에 적합한 것으로 판단된다. 아울러 추출된 요인으로 설명된 비율인 공통성 (communality)은 0.414에서 0.773의 값을 가지며, 추출된 4개의 요인에 의해서 총분산 중 62.3%가 설명되고 있다.

한편 표 4.1에서 보는 바와 같이 각 요인별 내적일관성을 나타내는 Cronbach  $\alpha$ 값은 0.695에서 0.850 사이의 값을 가짐으로서 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 본 측정도구를 개발함에 있어 김연성 등 (2004)의 서비스 차원 설문항목, 식당 급식서비스 만족도에 대한 박정숙 (2000) 등의 기존연구, 그리고 기숙사 사생의 의견을 충분히 반영하였기에 내용타당도에도 큰 문제가 없다고 사료된다.

다음으로 수렴타당성과 판별타당성을 통하여 개념타당성을 검토해 보자. 먼저 수렴타당성 (convergent validity)에 대해서 살펴보자. 표 4.2에는 요인간 상관계수 및 AVE (Average Variance Extracted)가 정리되어 있다. 여기서 대각선 상 (음영된 부분)의 값은 각 요인에 대응되는 AVE값의 제곱근값이고, 나머지는 각 요인간의 상관계수이다.

표 4.2 각 차원별 상관관계 및 AVE

차원	반응성	유형성	공감성	신뢰성	AVE
반응성	0.818	0.687	0.699	0.505	0.67
유형성	0.687	0.900	0.547	0.448	0.81
공감성	0.699	0.547	0.911	0.341	0.83
신뢰성	0.505	0.448	0.341	0.889	0.79

류문찬 (2009)에 따르면 AVE가 0.5보다 크면 수렴타당성이 충족되는 것으로 보고 있는 바, 본 연구에서 도출된 4개 요인의 AVE 값은 모두 0.67 이상으로 수렴타당성이 만족된다. 아울러 판별타당성 (discriminant validity)은 두 요인 간의 상관관계수가 각 요인에 대응되는 AVE의 제곱근 값보다 작으면 충족되는데, 표 4.2에서 볼 수 있듯이 AVE의 제곱근 값 중 제일 작은 값이 0.818로 상관관계수의 제일 큰 값인 0.699보다 크므로 본 연구에서 활용한 측정도구는 판별타당성이 있다고 할 수 있겠다.

#### 4.4. 중회귀분석

본 연구의 목적이 기숙사식당 서비스품질 요인을 규명하고, 전반적 서비스 만족도에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 규명하고자 하는 바, 4.2절의 요인분석 결과를 토대로 중회귀분석을 실시하여 통계적으로 유의한 요인을 찾아보도록 하자.

먼저 요인분석에서 구해진 각 요인의 요인점수를 독립변수로 기숙사식당에 대한 전반적 서비스 만족도를 종속변수로 하여 단계별 선택 (stepwise)에 따른 중회귀분석을 수행해 보면 표 4.3 및 표 4.4와 같다. 모형의 설명력 지표인 결정계수가  $R^2=0.551$ 인 가운데, 표 4.3의 분산분석표로부터 모형이 유의수준 5%에서 통계적으로 유의함을 알 수 있다.

표 4.3 분산분석표

모형	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀모형	103.381	3	34.460	107.811	.000
잔차	84.384	264	.320		
합계	87.765	267			

나아가 표 4.4로부터 반응성과 공감성만이 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 요인으로 나타났다. 따라서 이로부터 기숙사식당 서비스품질에 대한 전반적 서비스 만족도는 다음과 같이 추정됨을 알 수 있다.

$$\widehat{\text{전반적 서비스 만족도}} = 2.888 + 0.608\text{반응성} + 0.102\text{공감성}$$

표 4.4 추정된 회귀계수

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.888	.035		82.810	.000
반응성	.608	0.35	.725	17.390	.000
공감성	.102	0.35	.121	2.908	.004

이상에 기초하여, 기숙사식당 이용자 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 요인으로는 반응성과 공감성이며 유형성과 신뢰성은 유의하지 않음을 알 수 있다. 이러한 점을 토대로 볼 때, 기숙사식당

이용 학생들은 시설이나 설비 등의 외양보다는 친절성, 신속한 서비스 응대, 이용자에 대한 관심 등을 만족도 향상에 주요한 변수로 삼고 있음을 알 수 있다.

## 5. 결론

어려운 입시환경 속에서 대학의 기숙사는 경쟁력 확보차원에서 중요한 요소 중의 하나가 되었다. 이는 류문찬 (2009)의 연구에서도 확인할 수 있다. 그런데 기숙사 입사생들의 삶의 질 차원에서 고려해 볼 때, 기숙사라는 물리적인 실체 외에 식사 서비스 또한 중요한 요소라 할 수 있다. 기숙사에 입사하는 학생들은 신선하고 위생적이며 맛있는 음식을 쾌적한 환경에서 먹을 수 있기를 바란다. 따라서 대학당국은 기숙사 식사 경험에 대한 소비자 기대의 증가에 맞추기 위해 학생들의 욕구를 충분히 인식하고 그들의 욕구를 만족시키는 것이 중요하다. 이를 위해서는 서비스품질 개선을 위한 측정이 우선되어야 한다.

이에 본 연구에서는 일반적으로 적용되는 SERVQUAL모형을 활용하여 검토 및 예비조사 과정을 거쳐 16개로 구성되는 측정도구를 개발하였다. 그 결과 기숙사 식당 관련 서비스품질이 반응성, 유형성, 공감성 그리고 신뢰성 등 4개의 요인으로 구성됨을 알 수 있었다. 나아가 요인분석과 중회귀분석 등을 통하여 4개의 도출요인과 전반적 만족도간의 관계에 대한 통계분석을 수행한 결과 기숙사식당 이용자 서비스만족도에 유의한 영향을 미치는 요인으로는 반응성과 공감성이며, 유형성과 신뢰성은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이상을 토대로 볼 때, 지방사립대학이 경쟁력확보차원에서 운영하는 기숙사식당의 만족도를 높이기 위해서는 시설이나 설비 등의 외양보다는 친절성, 신속한 서비스 응대, 이용자에 대한 관심 등에 중점을 두어야 할 것임을 알 수 있었다.

## 참고문헌

- 강중철, 정세창 (2009). 생명보험회사에 대한 만족도, 신뢰도, 충성도에 영향을 미치는 요인분석. <한국데이터정보과학회지>, **20**, 713-717.
- 김연성 (2004). <품질경영론>, 박영사, 서울.
- 김정숙, 조명희 (2005). 대학생 생활복지 향상을 위한 기숙사 관리현황분석. <한국생활과학 회지>, **14**, 331-339.
- 류문찬 (2009). 대학 기숙사의 서비스품질 측정 및 중요도-성과분석. <품질경영학회지>, **37**, 56-68.
- 박상규, 오정현 (2009). 신제품 수요예측을 위하여 누적자료를 활용한 회귀모형에 관한 연구. <한국데이터정보과학회지>, **20**, 117-124.
- 박수정, 김진아, 이심열 (2004). 대학 구내식당 이용실태 및 급식 서비스에 대한 만족도 조사. <동아시아 식생활학회지>, **14**, 83-91.
- 박정숙 (2000). 대학 교직원의 대학 식당 급식서비스에 대한 만족도 평가. <한국지역사회생활과학회지>, **11**, 9-18.
- 서경화, 신민자 (2006). 일본·중국 유학생의 한식당의 서비스 품질 요인에 관한 중요도 및 만족도. <동아시아 식생활학회지>, **16**, 753-762.
- Almanza, B. A., Jaffe, W. and Lin, L. (1994). Use of the service attribute matrix to measure consumer satisfaction. *Hospitality Research Journal*, **17**, 63-75.
- Berry, L. L., Parasuraman, A. and Zeithaml, V. A.(1988). The service quality puzzle. *Business Horizon*, September-October, **31**, 35-43.
- Buzzell, R. D. and Gale, B. T.(1987). *The PIMS principles: Linking strategy to performance*, Free Press, New York.
- Fisk, R. P., Brown, S. W. and Bitner, M. J. (1993). Tracking the evolution of the service marketing literature. *Journal of Retailing*, **69**, 61-103.
- Gale, T. B.(1992). *Monitoring customer satisfaction and marketing-perceived quality*, AMA, Chicago.
- Gramling, L., Byrd, R., Epps, L., Keith, D., Lick, R. and Tian, R. (2005). Foodservice management and its impact on college operations: A business anthropological case study. *Foodservice Research International*, **16**, 15-43.
- Gronroos, C. (1982). *Strategic management and marketing in service sector*, Chartwell Bratt, London.

- Lee, S. S. (2004). *College student's perception and preference of brand name foodservice university dining operations*, Unpublished Master's Thesis, Oklahoma State University, Stillwater, Oklahoma, United States.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, **49**, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, **64**, 2-40.
- Pettijohn, L. S., Pettijohn, C. E. and Luke, R. H. (1997). An evaluation of fast food restaurant satisfaction: Determinants, competitive comparisons, and impact on future patronage. *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing*, **2**, 3-20.
- Qu, H. (1997). Determinant factors and choice intention for Chinese restaurant dining: A multivariate approach. *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing*, **2**, 35-49.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. and Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, **60**, 31-46.

## Measurement and analysis of the service quality of dormitory restaurants through a statistical methods

Sung Kang<sup>1</sup> · Kyoung Ho Choi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>School of Business Administration, Jeonju University

<sup>2</sup>Department of Basic Medical Science, Jeonju University

Received 25 July 2009, revised 17 September 2009, accepted 26 October 2009

### Abstract

Campus dormitories function as residence halls, which are quarters or entire buildings for residents to conveniently sleep, eat, and study in. And these functions lead us to refer to dormitories as quarters providing residence, food, and an academic atmosphere. Yet, of these functions, the restaurant service acts on dormitory applicants' and their parents' choice of dormitories as strongly as the others do. It is not optional for the residents but compulsory. All residents are required to eat at the restaurants attached to their dormitories. Therefore, when most of the dormitory applicants and their parents look for their favorite dormitories, they won't miss looking into how good the restaurant service is. Considering this tendency, this research, which takes samples of residents as subjects of investigation, aims to survey the service quality of the dormitory restaurants and to find how to enhance the service quality. The result, which is measured and analyzed on the basis of statistical methods, indicates that the responsiveness and empathy to the restaurant service are statistically the significant factors for dormitory applicants and their parents in choosing their favorite dormitories.

*Keywords:* Dormitory restaurant, regression analysis, service quality, SERVQUAL model.

---

<sup>1</sup> Professor, School of Business Administration, Jeonju University, Jeonju 560-759, Korea.

<sup>2</sup> Corresponding author: Professor, Department of Basic Medical Science, Jeonju University, Jeonju 560-759, Korea. E-mail: ckh414@jj.ac.kr