

## 식생활 라이프스타일에 따른 디저트 카페의 서비스 품질 특성이 소비행동에 미치는 영향 연구

임 현 호<sup>1)</sup> · 양 동 휘<sup>2)¶</sup>

경기대학교 일반대학원 외식조리관리학과<sup>1)</sup> · 김해대학교 호텔외식조리과<sup>2)¶</sup>

### Effects of Service Quality Characteristics of Dessert Cafes on Consuming Behaviors according to Dietary Life Style

Hyun-Ho Lim<sup>1)</sup> · Dong-Hwi Yang<sup>2)¶</sup>

Dept. of Food Service & Culinary Management, Kyonggi University<sup>1)</sup>  
Dept. of Hotel Culinary, Gimhae College<sup>2)¶</sup>

#### Abstract

This study verified the effects of the quality characteristics of dessert cafes by business start-ups according to dietary life styles of consumer. Data was collected over 15 days starting from April 15, 2016 from 218 customers who visited dessert cafes. In brief, the research results are as follows. First, in order to verify the influence of service quality of dessert cafes according to dietary life styles, 3-kinds of variables, namely taste-pursuing type, convenience-pursuing type, and health-pursuing type, were set up for the lower variables, and 2-kinds variables, specifically credibility and sympathy, were established for service quality as dependent variables. The results of the regression analysis showed that, taste-pursuing type ( $\beta=.371, p<.001$ ), convenience-pursuing type ( $\beta=.401, p<.001$ ), health-pursuing type ( $\beta=.474, p<.001$ ), all 3-kinds of dietary life style, had a significant, positive(+) corelation ton the credibility of service quality. in addition, regression analysis revealed that the sympathy type of service credibility and, all 3 dietary lifestyle types, taste-pursuing type ( $\beta=.145, p<.001$ ), convenience-pursuing type ( $\beta=.208, p<.001$ ), health-pursuing type ( $\beta=.236, p<.001$ ), showed a significant, positive (+) corelation. Second, as a result of verifying the effects of service quality on customer consuming behaviors at dessert cafes, it was determined that there was a significant, positive (+) corelation with credibility and sympathy in consuming behaviors such like credibility ( $\beta=.313, p<.001$ ), sympathy ( $\beta=.228, p<.001$ ).

Key words: service quality, dessert cafes, consumption behavior, dietary life style

#### I. 서 론

취업난 지속화와 베이비붐 세대 은퇴 등으로 창업이 매년 급증하고 있다. 하지만 대부분 외식 창업 아이템으로 편중된 생계형 창업의 경우, 진입 장벽이 낮고, 경쟁이 치열해 적은 수익과 창업 3~5년 후 10명 중 2명도 살아남지 못하는 낮은 생존

율을 보이는 것으로 나타났고, 현재 국내 개인 창업자 비중은 베이비붐 세대 은퇴 등으로 인한 과잉 진입 상황이 계속 발생하고 있으며, OECD 평균 대비 약 1.8배인 28.2%에 달한다(Cho SY · Jun JK 2016). 특히 카페 창업은 국내에서 가장 많이 하는 대표적인 프랜차이즈 아이템 중 하나로 다른 아이템에 비해 특별한 기술이 없이도 운영이 가

¶교신저자 : 양동휘, yang\_chef@naver.com, 경남 김해시 삼안로 112번길 198, 김해대학교 호텔외식조리과

능하고, 갖춰야 할 기술과 장비 또한 단순해 누구나 쉽게 사업 아이템으로 선택한다. 그러나 최근 프랜차이즈 카페 창업은 낮은 진입장벽으로 인해 경쟁이 과열되고, 전체적으로 매출이 하락하는 추세이다. 이제는 더 이상 카페 창업이 고수익을 올릴 수 있는 유망 창업이 아니라는 것이다. 이처럼 비집고 들어갈 틈이 없어 보였던 시장에 틈새 공략을 하여 폭발적인 성장을 보이고 있는 새로운 개념의 프랜차이즈 창업이 바로 디저트카페 창업이다. 디저트(dessert)는 사전적 의미로 ‘식사를 끝마치다, 식탁 위를 치우다’라는 뜻을 가지고 있으며, 일반적으로 먼저 나왔던 음식과 조화를 이루는 것이 일반적이지만, 최근에는 식사와 관계없이 간식의 개념으로 자리 잡고 있다. 종전의 디저트가 식사 후 제공되는 공짜후식의 개념이었다면 요즘에는 빙수, 아이스크림, 마카롱, 푸딩, 케이크 등을 전문으로 다루는 디저트카페를 일부러 찾아가서 디저트 타임을 즐기는 사람들이 증가하고 있다. 디저트가 차지하는 존재감이 점차 높아지면서 시장에서의 주연으로 위상을 격상하고 있다. 이렇듯 디저트 시장은 급변하고 있으며, 소비자들의 인식 또한 자기의 개성인 라이프스타일을 추구하고자 한다. 디저트카페 창업은 전문 프랜차이즈 카페를 대신해 안정성과 수익성에 뛰어난 유망 아이템으로 각광을 받고 있으며, 커피 전문점에 비해 경쟁 초기 단계로 경쟁 업체가 많지 않고, 높은 단가로 고수익이 가능한 것이 그 이유다. 그러나 이런 인기 업종도 사업 아이템의 경쟁력이 미비하면 창업자들로부터 외면 받기 마련이다. 선발주자일수록 강력한 경쟁력으로 입지를 탄탄하게 잡아놔야 꾸준히 안정적으로 운영을 할 수 있기 때문이다. 일례로, 전 세계 디저트 전문점 dessert39는 4개월이라는 최단기간 동안 250여 개의 가맹 계약을 이뤄내 빠른 성장을 해가고 있다. 해당 디저트카페 창업이 입지를 다질 수 있었던 이유는 모방이 불가능한 독자적인 경쟁력과 편리한 운영, 뛰어난 가성비에서 찾아볼 수 있다. 본사가 설립한 제과 센터에서 전 세계 인기 디저트를 개발과 생산하여 자

체 물류 시스템을 통해 각 매장으로 배송되는 과정에서 제품 퀄리티를 높이고, 유통비 부담을 줄이게 된다.

디저트 카페와 관련된 선행연구를 살펴보면 Kim YK(2015)의 디저트 카페 선택속성이 관계의 질, 행동의도에 미치는 영향, Cho HE et al(2016)의 세계로 향하는 한국 디저트 카페, Kim TS · Kim YK (2015) 연구의 베이커리카페의 물리적 환경이 행동반응에 미치는 영향 연구로 대부분의 디저트 카페에 대한 연구에만 집중된 경향이 있었으나, 이에 본 연구에서는 식생활 라이프스타일에 따른 소비자의 디저트 카페를 이용하는 고객들이 디저트 카페의 품질 특성이 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구는 전무한 실정이다. 이러한 호혜성 지각과 관련하여 디저트 카페의 창업자의 노력이 제품 및 서비스의 지각된 품질 성과일 수 있다. 이에 본 연구에서는 급부상하는 디저트 카페를 이용하는 소비자가 디저트 카페를 선택하는 과정에서 그들만의 식생활 라이프 스타일에 본인이 추구하는 가치가 무엇인지를 알고, 그를 통해 소비자가 합리적인 디저트 카페를 이용하여 그에 따른 디저트 카페의 품질에 따른 행동의도가 만족감도 배가 될 수 있다고 판단된다. 본 연구에서는 디저트 카페를 소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 창업자들의 디저트카페의 품질 특성이 소비자의 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지 밝히고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 식생활 라이프스타일

라이프스타일(life style)의 개념은 사회학자인 Max Weber에 의해 경제적 관계에 따른 부르주아와 프롤레타리아 계급 분류 위에 지위그룹(status group)이라는 새로운 개념을 첨가한 것이 그 근원으로 알려져 있다(Lee MS 1992). 이후 1960년 말 심리학자인 Alfred A(1969)가 현대적 개념으로 라이프스타일을 발전시켰으나, 정신질환 치유 목적

으로 발전시킨 개인적 차원의 개념이라는 한계가 있다. Lazer(1963)는 마케팅 분야에서 라이프스타일에 대해 처음으로 정의를 내린 연구자로 이후 많은 연구자들이 다양하게 정의하였는데, Lavy(1963)는 생활자원의 다양한 결합, 개개인의 활동이 심벌로부터 형성된 복합 상징이라 보았고, Moor(1963)는 가족라이프스타일에 초점을 두어 가족구성원이 어떠한 상품을 구입하거나, 어떠한 사건에 대해 가지는 생각 등은 그들의 라이프스타일에 맞게 결합시켜가는 것이라 정의하였다. 라이프스타일이 기업의 입장에서 중요한 개념으로 부상하게 된 이유를 살펴보면, 소비자 시장이 발달하고, 소비자의 가치와 선호도가 다양화되면서 개인의 라이프스타일 행동을 파악하고 예측하는 것이 전보다 훨씬 어려워지기 때문이다(Yoo B · Hwang J 2013).

라이프스타일 변화에서 중요한 일부를 차지하는 것이 소비자의 식사태도, 식 행동, 외식행동 등 식스타일(Eating Style)과 관련된 라이프스타일, 즉 식생활 라이프스타일(Food-related Lifestyle)의 변화라고 개념화할 수 있다. 한편, 식생활 라이프스타일에 대한 연구를 살펴보면 먼저 Kesic Piri-Rajh(2003)는 크로아티아인(Croatian)의 식생활 라이프스타일 연구를 통하여 낙천주의자, 전통주의자, 현대주의자, 식생활고관여자, 쾌락주의자로 5개 요인으로 세분하였다. Lee HW(2010)는 식생활 라이프스타일에 따른 쌀 가공식품 소비태도에 관한 연구에서는 요인분석을 통하여 식사 관리형, 미각추구형, 식품탐험형, 웰빙추구형, 편의추구형으로 분류하였다. 도시 주부를 대상으로 가공식품 구매형태와 만족도에 식생활 라이프스타일이 미치는 영향을 분석한 Ha HS et al(2015)의 연구에서는 식생활 라이프스타일을 식품탐험형, 건강추구형, 미각추구형, 편의추구형, 고유탐험형 등 5개 요인으로 분류하였다. 따라서 본 연구에서는 취지에 맞게 미각추구형, 편의추구형, 건강추구형으로 3개의 요인으로 분류하였다.

## 2. 서비스 품질

서비스는 무형성과 이질성, 생산과 소비의 비분리성 등과 같은 특성으로 인해 객관적인 품질평가가 용이한 유형의 재화와는 달리 무형적이며 모호한 개념으로 인식되어 왔다(Kim KJ 2002; Zeithaml VA 1988). 또한 Gronroos C(1984)는 지각된 서비스 품질은 추상적인 개념으로 지각된 품질에 대한 평가는 태도와 유사한 전반적인 평가라고 하였다.

품질이란 접근방법에 따라 다르게 정의되어지는데, 치열한 경쟁구도 속의 오늘날의 산업사회에서는 ‘고객의 욕구충족’과 더불어 ‘전략적인 품질’의 개념에 관심을 가지게 되어, 품질에 대한 개인이 느끼는 주관적 측면이 부각되어지고 있다.

서비스 품질은 특성상 총체적으로 정의를 내리는 것이 어려우므로 각각의 상황에 적합한 정의를 내리는 것이 적절하다(Suh CJ · Shin HJ 2004). 이는 현대사회의 고객의 욕구는 점점 다양해지고 세분화 되어 업체 간의 경쟁이 점차적으로 심화됨에 따라 서비스 품질은 기업의 이익과 시장의 점유율에 중요한 요인으로 인식되고 있다(Lee WG · Kim GJ 2012). 즉, 실제로 제공받은 서비스에 대해 고객이 주관적으로 느끼는 정도가 그 서비스를 제공받기 전에 기대했던 정도에 미치지 못한다면 서비스 품질이 낮게 인식된다는 것이다. 따라서 서비스를 제공하는 사람의 입장에서는 서비스에 대한 기대치와 지각된 가치에 영향을 주는 변수를 파악하여 이를 관리 및 조정함으로써 만족 수준을 변화시킬 수 있다. 본 연구는 서비스 품질에 대하여 Parasuraman A et al(1985)의 서비스 품질의 하위 변수를 이용하였고, 이는 제공받은 서비스에 대해 고객의 주관적 만족정도인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 5개의 하위 요인으로 분류하였다. 하지만 본 연구에서는 취지에 맞게 신뢰성, 공감성으로 2개의 요인으로 분류하였다.

## 3. 소비행동

소비행위는 시대나 장소에 구애를 받지 않고 모든 사회에서 발견되는 일반적이고 보편적인 사

회현상 중의 하나이나, 단순히 모든 사회나 시대에서 발생한 소비행위를 모두 소비문화라고 귀속하지는 않는다. 즉, 인간의 삶속에 구체적인 재화와 용역의 소비행위에서 생겨난 다양한 가치들이 의미 있게 반영되고, 소비행위를 기반으로 한 사회의 다양한 영역들이 형성되는 것뿐만 아니라, 종교, 노동, 정치 등과 같은 부분들은 상대적으로 그 의미가 축소되어 갈 때를 소비문화라고 일컫게 된다(Slater D 1977). 소비자들도 소비상품의 구매자들과 마찬가지로 소비에 있어 3단계 과정을 통해 소비행동이 발생한다고 볼 수 있다. 구매 전에 발생하는 행동으로 어떤 음식이나 서비스의 필요성에 대한 문제인식 단계, 정보탐색단계, 평가단계, 소비 후 나타나는 행동으로 외식소비자들의 구매 행동은 외식상품 구매와 관련된 일련의 의사결정단계로 문제를 인식하고, 정보 탐색 후 대안을 평가하여 구매를 결정하게 된다. 그리고 구매한 후 만족도에 대한 평가를 하거나, 주변 사람들에게 자신의 의견을 전달하거나, 재방문으로 나타나게 된다(Choi MS et al 2015). 소비행동은 서비스 측면에서 재방문의도로 해석되고, 구매행동의 전 단계로 실제 구매를 유도하는 것으로 볼 수 있으며, 추천의도는 주변 사람에게 추천하는 등의 구전 의향을 보이는 정도를 의미한다(Fridgen JD 1991). 즉, 고객들은 어떤 상품이나 서비스의 수행 결과를 취한 후 그 정보를 구전을 통하여 다른 사람들의 기대를 구체화할 뿐만 아니라, 그들 자신들의 차후 기대를 구체화하는 데에도 사용한다(Oliver RL 1993).

### III. 연구방법

#### 1. 연구모형

본 연구에서는 식생활 라이프스타일에 따른 디

저트 카페의 품질 특성이 소비자의 행동에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 이를 실증적으로 검증하고 규명하기 위해 <Fig. 1>과 같은 연구모형을 만들었다.

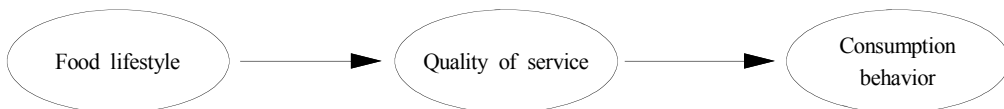
#### 2. 변수의 조작적 정의

##### 1) 식생활 라이프스타일의 조작적 정의

본 연구에서는 Ha HS et al(2015)의 식생활 라이프스타일을 식품탐험형, 건강추구형, 미각추구형, 편의추구형, 고유탐험형 등 5개 요인을 본 연구에서는 목적에 맞게 미각추구형, 편의추구형, 건강추구형으로 4개의 요인으로 분류하여 요인간의 속성과 차별적인 인과관계를 맺는지를 보고하였다. 미각추구형 3문항과 편의추구형 3문항, 건강추구형 4개 문항으로 총 10개의 문항을 본 연구목적에 맞게 수정, 보완하여, 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5로 코딩하고 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

##### 2) 서비스 품질 특성의 조작적 정의

본 연구는 Parasuraman A et al(1985)의 서비스 품질의 하위 변수를 이용하였고, 이는 제공받은 서비스에 대해 고객의 주관적 만족정도인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 5개의 하위 요인 중 본 연구 목적에 맞게 신뢰성, 공감성으로 2개의 요인으로 분류하였다. 이에 선행연구를 바탕으로 서비스 품질은 신뢰성 4개 문항, 공감성 4개 문항으로 총 8개의 문항으로 본 연구목적에 맞게 수정, 보완하여 구성하였다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5로 코딩하고 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.



<Fig. 1> Research model.

### 3) 소비행동의 조작적 정의

본 연구는 Kim GA(2008)의 만족도의 연구를 선행연구를 근거로 하여 하위변수를 본 연구의 목적에 맞게 재구성하고, 시설만족, 가격만족, 서비스만족으로 각 1개의 문항으로 총 3개의 문항을 연구목적에 맞게 수정, 보완하여 구성하였다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5로 코딩하고, 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

### 3. 가설설정

본 연구의 목적은 소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 디저트 카페의 서비스 품질 특성이 소비행동에 미치는 영향과 유의적인 완충효과를 보여 주는지 실증분석을 통해 검증하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적을 토대로 다음과 같은 하위 가설을 설정하였다.

- H1: 식생활 라이프 스타일에 따라 디저트 카페의 서비스 품질에 영향을 미칠 것이다.
- H2: 디저트 카페의 서비스 품질이 소비자의 소비행동에 영향을 미칠 것이다.

### 4. 연구방법

본 연구의 조사는 2016년 4월 15일부터 4월 30일에 이르는 보름간 조사기간을 두어 실시하였고, 자료 수집은 디저트 카페를 방문하는 고객 230명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 설문 목적과 응답방식을 설명하고, 자기기입식으로 응답하게 하였다. 자료처리 분석은 회수된 총 230부 중 부적절하게 응답한 12부를 제외하고, 총 218부를 가지고, SPSS 23.0을 사용하여 통계처리 하였다. 먼저 설문도구의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 탐색적 요인분석을 하고, 설문도구의 내적일치도를 알아보기 위해 Cronbach  $\alpha$  값을 구하였다. 설문대상자의 일반적 특성 분석을 위해 빈도분석을 하였고, 기초분석으로 연구대상 변수의 기술통계와 상관관계 분석을 제시하였다. 마지막으로 가

설 검증을 위하여 회귀분석을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 조사대상자의 일반적인 특성

다음은 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석이다. 조사대상자들의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

분석결과 표본의 성별은 여성(57.0%)이 상대적으로 많았으며, 연령 때는 30대가 40.4%로 가장 많았으며, 월소득은 150만원 이하가 53.2%로 가장 많았다. 교육수준은 대학졸업(39.9%)과 전문대졸

<Table 1> Demographic characteristics of those surveyed (N=218)

Classification		N	%
Gender	Male	93	43.0
	Female	125	57.0
Age	20~29s	78	35.8
	30~39s	88	40.4
	40 ≤	52	23.8
Education	High school	18	8.3
	College	84	38.5
	University	87	39.9
	University ≤	29	13.3
Monthly income	≤ 1,500,000 won	116	53.2
	1,500,001 ~ 2,000,000 won	91	41.7
	2,000,001 ~ 2,500,000 won	9	4.1
	2,500,001 ~ 3,000,000 won	2	0.9
	3,000,001 won ≤	0	0
Marital status	Married	147	67.4
	Not married	71	32.5
	Etc.	3	1.3
Total		218	100.0

(38.5%)로 비슷하게 나왔으며, 미혼이 67.4%로 가장 높은 것으로 조사되었다.

**2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석**

소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 디저트 카페의 서비스 품질 특성이 소비행동에 미치는 영향에 따른 신뢰도 및 타당도 분석의 결과는 <Table 2>와 같다. 요인분석을 실시하고 신뢰도 분석을 하여 Cronbach  $\alpha$  값을 구하였다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과, 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점

검결과 KMO 값이 모두 높게 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 요인분석을 실시하였다. 요인분석시 요인적재값 추정은 주성분방식을 택하였고, 회전방식은 Varimax 방식을 택하였다. 또한 모든 요인의 요인 적재값이 0.6 이상으로 나타나, 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 나타났으며, 신뢰도 또한 모두 0.6 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다. 누적분산 설명력 또한 모두 50% 이상으로 모형은 양호한 것으로 나왔다. 그리고 연구의 신뢰도를 측정하는 Cron-

<Table 2> Type factors and reliability analysis

Factors		Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	KMO Bartellett	Cronbach $\alpha$				
Eating life style	Taste type	Friendly dining	.737	4.707	38.827	KMO=.952, Bartellett=1,733.671***	.895				
		Expensive food	.721								
		Delicious food	.847								
	Convenience type	Convenient food	.769								
		Cooked food	.644								
		Meal with bread, milk, etc	.686								
	Health type	Healthy food choices	.716					3.588	35.450		.795
		Healthy, natural foods available	.698								
		Consideration of ingredient contents	.661								
		Nutritional considerations	.599								
Service quality	Reliability	Background music	.734	2.834	37.375	KMO=.875, Bartellett=2,734.515***	.924				
		Toilet cleanliness	.732								
		Attractive space	.766								
	Of empathy	Interior atmosphere	.742	2.127	22.243		.899				
		Passion	.772								
		Best customer care	.718								
Consumption behavior		Successful management of service failures	.738								
		Affectionate attitude	.733								
		Satisfaction in facility	.793								
		Satisfaction in price	.771	3.137	73.718	KMO=.862, Bartellett=256.274***	.814				
		Satisfaction in service	.754								

\*\*\*  $p < .001$ .

bach  $\alpha$  값은 전부 0.6이상으로 나와 설문도구의 내적일치도도 양호하였다.

### 3. 상관관계분석

각 요인들 사이의 관련성 정도와 방향성을 파악하기 위해 상관관계 분석(Pearson's correlation analysis)을 한 결과는 <Table 3>과 같다. 각 요인 간 상관관계수가 1 미만으로 나타나, 판별타당성은 충족된 것으로 나타났다.

### 4. 가설검정

1) 가설 1. 식생활 라이프 스타일에 따라 디저트 카페의 서비스 품질에 영향을 미칠 것이다.

가설 1을 검증하기 위해 식생활 라이프스타일의 하위변수인 미각추구형, 편의추구형, 건강추구형으로 3가지를 변수로 설정하였고, 종속변수인 서비스 품질은 신뢰성과 공감성으로 2가지 변수로 설정하고, 회귀분석으로 실시하였다. 먼저 종속변수인 신뢰성에 대한 회귀분석의 결과는 <Table 4>에 제시된 바와 같이 투입된 3개의 독립변수 중에서 미각추구형( $\beta=0.371, p<0.001$ ), 편의추구형( $\beta=0.401, p<0.001$ ), 건강추구형( $\beta=0.474, p<0.001$ )로 종속변수인 서비스 품질에서 신뢰성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 또한 종속변수인 서비스 품질에서 공감성에 대한 회귀분석결과, 미각추구형( $\beta=0.145, p<0.001$ ), 편의추구형( $\beta=0.208, p<0.001$ ), 건강추구형( $\beta=0.236, p<0.001$ )으로 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는

<Table 3> Correlation matrix

Division	Taste type	Convenience type	Health type	Reliability	Of empathy	Consumption behavior
Taste type	1					
Convenience type	.633**	1				
Health type	.369**	.576**	1			
Reliability	.523**	.580**	.502**	1		
Of empathy	.658**	.618**	.480**	.545**	1	
Consumption Behavior	.656**	.606**	.503**	.547**	.703**	1

\*\*  $p<0.01$ .

<Table 4> Regression result of HI

		Non-standardized coefficients		$\beta$	$t$	$p$	$R^2$	Adjusted $R^2$	$F$	$p$ -value
		B	S.E							
Eating life style × Reliability	Taste type	.371	.036	.371	10.247	.000	.766	.587	89.690	.000
	Convenience type	.401	.036	.401	11.077	.000				
	Health type	.474	.036	.474	13.099	.000				
Eating life style × Of empathy	Taste type	.145	.043	.237	5.429	.000	.636	.405	42.410	.000
	Convenience type	.208	.043	.443	10.130	.000				
	Health type	.236	.043	.315	7.207	.000				

것으로 분석되었다.

2) 가설 2. 디저트 카페의 서비스 품질이 소비자의 소비행동에 영향을 미칠 것이다.

가설 2를 검증하기 위해 디저트 카페의 서비스 품질의 하위변수인 신뢰성과 공감성으로 2가지의 변수로 설정하고, 종속변수인 소비행동에 대한 회귀분석의 결과는 <Table 5>에 제시된 바와 같이 투입된 2개의 독립변수 중에서 신뢰성( $\beta=.313, p<.001$ ), 공감성( $\beta=.228, p<.001$ )으로 종속변수인 소비행동에서 신뢰성과 공감성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

V. 결론 및 시사점

취업난 지속화와 베이비붐 세대 은퇴 등으로 창업이 매년 급증하고 있는 반면에, 대부분 외식 창업 아이템으로 편중된 생계형 창업의 경우 진입 장벽이 낮고, 경쟁이 치열해 적은 수익과 낮은 생존율을 보이는 것으로 나타났으며, 현재 국내 개인 창업자 비중은 베이비붐 세대 은퇴 등으로 인한 과잉 진입 상황이 계속 발생하고 있다. 이에 본 연구에서는 디저트 카페를 소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 창업자들의 디저트카페의 품질 특성이 소비자의 행동의도에 미치는 영향을 미치는지 분석하였다. 본 연구의 조사는 2016년 4월 15일부터 보름간 조사기간을 두어 실시하였고, 자료 수집은 디저트 카페를 방문하는 고객 218명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. SPSS 23.0을 사용하여 통계처리 하였다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 식생활 라이프 스타일에 따라 디저트 카페의 서비스 품질에 미치는 영향을 검증하기 위해 식생활 라이프스타일의 하위변수인 미각추구형, 편의추구형, 건강추구형으로 3가지를 변수로 설정하였고, 종속변수인 서비스 품질은 신뢰성과 공감성으로 2가지 변수로 설정하고 회귀분석으로 실시한 결과, 먼저 종속변수인 신뢰성에 대한 회귀분석의 결과는 식생활 라이프스타일의 3개의 하위변수인 미각추구형( $\beta=.371, p<.001$ ), 편의추구형( $\beta=.401, p<.001$ ), 건강추구형( $\beta=.474, p<.001$ )으로 서비스 품질의 신뢰성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 또한 서비스 품질의 공감성에 대한 회귀분석결과, 미각추구형( $\beta=.145, p<.001$ ), 편의추구형( $\beta=.208, p<.001$ ), 건강추구형( $\beta=.236, p<.001$ )으로 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 이는 곧 고객이 디저트 카페를 선택하는 과정에서 디저트 카페에 대한 맛과, 건강, 그리고 시대에 걸맞은 편리함까지 갖추어야 한다. 이용하는 고객의 대부분이 여성고객으로 최근 들어 천연식재료를 사용하거나, 천연 발효종을 사용하고, 편리하고 편안하게 다가갈 수 있는 공간이 될 수 있게 만들어야 한다.

둘째, 디저트 카페의 서비스 품질이 소비자의 소비행동에 미치는 영향을 검증한 결과, 디저트 카페의 서비스 품질의 하위변수인 신뢰성과 공감성으로 2가지의 변수로 설정하고, 종속변수인 소비행동에 대한 회귀분석의 결과는 <Table 4>에 제시된 바와 같이 투입된 2개의 독립변수 중에서 신뢰성( $\beta=.313, p<.001$ ), 공감성( $\beta=.228, p<.001$ )으

<Table 5> Regression result of H2

	Non-standardized coefficients		$\beta$	$t$	$p$	$R^2$	Adjusted $R^2$	$F$	$p$ -value
	B	S.E							
	Reliability	.313							
Of empathy	.228	.037	.229	5.240	.000				



로 소비행동에서 신뢰성과 공감성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 서비스 품질이 곧 재방문으로 이어지게 만드는 과정으로 서비스 품질 중 고객들이 선택한 디저트카페에 관한 신뢰성과 공감성을 가질 수 있게 해줘야 한다.

본 연구 결과를 바탕으로 다음과 같이 시사점은 급부상하는 디저트 카페를 이용하는 고객이 디저트 카페를 선택하는 과정에서 그들만의 식생활 라이프 스타일에 본인이 추구하는 가치가 무엇인지를 알고 그를 통해 소비자가 합리적인 디저트 카페를 이용하여 그에 따른 디저트 카페의 품질에 따른 행동의도가 만족감도 배가될 수 있다고 사료된다. 이에 디저트 메뉴를 다양성 있게 선택할 권리를 제공하여야 하며, 관리자 역시 디저트 메뉴를 연구하고 다양화 시켜야 할 것이다. 요즘 시대에 걸맞은 천연 식재료를 사용하여 고객들의 건강에 관심을 가져야 할 것이다. 디저트 카페를 이용하는 고객이 주로 여성 고객이 대부분으로 여성고객의 주요 관심사인 다이어트에 도움이 되는 신메뉴를 개발한다면 소비자들의 감정에 긍정적이며 재방문이 계속해서 이루어질 것으로 보인다. 또한 메뉴품질의 맛 다양성, 건강성 가치 있는 디저트 메뉴를 접함으로써 방문하는 고객을 만족시키는 것은 물론, 긍정적인 구전효과로 인해 재방문으로 이루어질 것으로 사료된다.

## 한글 초록

본 연구에서는 디저트 카페를 소비자의 식생활 라이프스타일에 따른 창업자들의 디저트카페의 품질 특성이 소비자의 소비행동에 미치는 영향을 검증하였고, 디저트 카페를 방문하는 218명의 고객을 대상으로 2016년 4월 15일부터 15일간 실시하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 식생활 라이프 스타일에 따라 디저트 카페의 서비스 품질에 미치는 영향을 검증하기 위해 식생활 라이프스타일의 하위변수인 미각추구형, 편의

추구형, 건강추구형으로 3가지를 변수로 설정하였고, 종속변수인 서비스 품질은 신뢰성과 공감성으로 2가지 변수로 설정하고 회귀분석으로 실시한 결과, 먼저 종속변수인 신뢰성에 대한 회귀분석의 결과는 식생활 라이프스타일의 3개의 하위변수인 미각추구형( $\beta=0.371, p<0.001$ ), 편의추구형( $\beta=0.401, p<0.001$ ), 건강추구형( $\beta=0.474, p<0.001$ )으로 서비스 품질의 신뢰성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 또한 서비스 품질의 공감성에 대한 회귀분석결과, 미각추구형( $\beta=0.145, p<0.001$ ), 편의추구형( $\beta=0.208, p<0.001$ ), 건강추구형( $\beta=0.236, p<0.001$ )으로 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 둘째, 디저트 카페의 서비스 품질이 소비자의 소비행동에 미치는 영향을 검증한 결과, 디저트 카페의 서비스 품질의 하위변수인 신뢰성과 공감성으로 2가지의 변수로 설정하고, 종속변수인 소비행동에 대한 회귀분석 결과 투입된 2개의 독립변수 중에서 신뢰성( $\beta=0.313, p<0.001$ ), 공감성( $\beta=0.228, p<0.001$ )으로 소비행동에서 신뢰성과 공감성에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

주제어: 식생활 라이프스타일, 디저트카페, 서비스 품질, 소비행동

## 참고문헌

- Alfred A (1969). *The Science of Living*. ed. by Ansbacher HL, N.Y.: Anchor Book.
- Cho HE, Jeong IS, Kim EM (2016), The challenge of Korean dessert cafe. *Korea Business Review* 20(1):177-195.
- Cho SY, Jun JK (2016), Positioning analysis of dessert cafe based on brand personality. *Tourism Management Research* 40(4):29-35.
- Choi MS, Kim DH, Park HN (2015). A study on the eating behaviors and characteristics of con-

- sumption propensities on dining out as perceived by silver generation in Seoul. *Korean Journal of Culinary Research* 21(1):250-266.
- Fridgen JD (1991). Use of cognitive maps to determine perceived tourism regions. *Leisure Sciences* 9:101-117.
- Ha HS, Kang BN, Kim GW (2015). Effects of food life style on preference for MSG use at restaurants : Focused on the moderating effects of attitude to food safety. *Korean Journal of Culinary Research* 21(4):86-100.
- Kesic T, Piri-Rajh S (2003). Market segmentation on the basic of food-related lifestyle of croatian families. *British Food Journal* 105(3):162-174.
- Kim GA (2008). The Effect of the Property for Selection of Medicinal Cuisine Menu on Customer's Satisfaction and Intention for Rj-but. Dong-Eui University 1-86.
- Kim KJ (2002). The Effects of Perceived Service Quality on the Patient's Satisfaction and Performances. MS Thesis, Chosun University.
- Kim TS, Kim YK (2015). A study of the impact of the relations between a servicescape of a bakery cafe and behavior responses : Visitors of Busan coffee and dessert show. *Journal of Tourism & Leisure* 27(6):133-150.
- Kim YK (2015). The effects attributes of dessert cafe selection on relationship quality and behavioral intentions. *The Korea Academic Society of Culinary* 21(6):38-48.
- Lavy SJ (1963). Symbolism and Life Style in Toward Scientific Marketing. ed., Stephen A. Greyser. AMA, 140-150.
- Lazer W (1963). Life Style Concept and Marketing in Toward Scientific Marketing ed. Stephen, A. Greyser. AMA, 130-139.
- Lee HW (2010). An Analysis on Rice Processed Food Consumption Attitudes Depending on Dietary Life-styles. Master's Thesis, Yonsei University.
- Lee MS (1992). Systematic review and expand the theoretical framework for lifestyle. *Journal of Korean Marketing* 7(1):34-52.
- Lee WG, Kim GJ (2012). A study on the mediating role of customer value in the structural relationships among restaurant service quality, customer satisfaction, and loyalty: Focusing on ages 20s-30s. *Korean Journal of Culinary Research* 18(3):121-136.
- Moor DG (1963). Life Style in Mobile Suburbia in Toward Scientific Marketing. ed. Stephen A. Greyser. AMA, 151-163.
- Slater D (1977). Consumer Culture and Modernity. Oxfords. UK: Polity Press.
- Suh CJ, Shin HJ (2004). An effect of employees' service involvement and customer orientation on service quality. *Service Management* 5(3):77-105.
- Oliver RL (1993). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. Boston: Irwin McGraw-Hill, 73.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry L (1985). Problems and strategies in service marketing. *Journal of Marketing* 49:33-46.
- Yoo BH, Hwang JH (2013). Segmentation of wine customers by wine selection attributes, identification of group differences in purchasing and consumption behavior. *Tourism & Leisure Research* 25(3):309-330.
- Zeithaml VA (1988). Consumer proception of price and value: A mean-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing* 52(2):2-22.