

Original Article

국내 저비용항공사의 객실서비스품질, 고객만족, 충성도와의 영향관계

박영식*, 박인실**

Effects of low cost airline cabin service quality, customer satisfaction, and loyalty to Airline

Park Young Sik*, Park In Sil**

ABSTRACT

This research identifies the relation between the quality of cabin service(personnel and material services) in Korean low-cost airlines and resulting customer satisfaction and loyalty. Its aim is to provide low-cost airlines' international flights with basic information when building strategies, and to suggest a strategic implication for an original and competitive cabin service policy that can enhance customer retention. As a result of the analysis, first, hypothesis 1 on relation between the quality of Korean low-cost airlines' cabin service and customer satisfaction was all valid. Moreover, it was coherent with the results of previous researches. Second, hypothesis 2 on relation between the quality of Korean low-cost airlines' cabin service and customer satisfaction was also valid and coherent with previous studies. Third, hypothesis 3 on relation between customer satisfaction and loyalty was valid and coherent with existing studies. Consequently, this research suggests that in order to achieve the continuous retention of loyal customers through customer satisfaction, the quality of personnel and material service has to be considered primarily. In addition to that, this research also suggests that the original and competitive service marketing of low-cost airline is necessary for an airline to continue its profit-making.

Key Words : Low Cost Airlines(저비용항공사), Physical Service(물적 서비스), Personal Service(인적 서비스), Customer Loyalty(충성도), Customer Satisfaction(고객만족)

I. 서 론

대형항공사인 대한항공과 아시아나항공이라는 양대 항공사의 경쟁 속에서 출발한 국내 저비용

항공사는 민간항공 운송역사에 큰 발전과 기대를 안고 출범하였으나 고속철도의 등장과 서해안 고속도로 개통, 국내 저비용항공사에 대한 불신으로 항공기 탑승객의 탑승률 저조로 이어져 양양, 무안, 울진 등 민간공항의 노선감축, 운항정지로 오명을 남기기도 하였다(조선일보, 2009.4.17.).

이러한 상황에서 국내 저비용항공사들은 기내서비스 축소를 통한 인건비 절감, 인터넷 항공권발급, 발매수수료 절감 등 국내 저비용항공사 내부의 환경을 개선하여 비용절감을 노력하여 왔으며, 항공규제완화, 제2공항의 활용, 인터넷 사용

Received : 29. Nov. 2017. Revised : 18. Dec. 2017.

Accepted : 28. Dec. 2017

* 주저자, 초당대학교 항공서비스학과 교수

** 교신저자, 백석예술대학교 항공서비스학과 교수

E-mail : kiki1104ep@naver.com

서울시 서초구 방배로9길 백석예술대학교

자 증가 등 외부의 환경적 특성들을 고려하여 기존 대형항공사들과의 경쟁에서 살아남고자 노력을 기울여 왔다(김지훈 등, 2009). 그 결과 국내선과 국제선의 다양한 노선망과 저렴한 가격, 안전에 대한 고객의 신뢰가 높아지면서 2008년 개정된 국토해양부의 신규항공사 국제선 운영조건을 갖추게 되었다. 최근 국내 저비용항공사들은 국내선 뿐 만 아니라 가까운 단거리 노선 중심으로 일본, 홍콩, 마닐라, 세부, 괌 등 국제선 노선을 확보하고 그 수를 늘리는 등 증가하는 해외여행객 수에 맞추어 다른 국가 노선도 계속 확보하고 있다. 이러한 국내 저비용항공사의 국제선 진출에 있어 기존 대형항공사의 기내서비스에 익숙한 고객들의 서비스 기대치에 미치지 못할 경우 고객불만의 요인으로 작용할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 국내에 취항하는 외국대형항공사, 국외 저비용항공사, 국내 대형항공사, 국내 저비용항공사간의 경쟁이 심화 되어감에 국내 저비용항공사의 경쟁력 우위 확보와 유지를 위하여 국내 저비용항공사의 기내서비스품질과 고객만족, 충성도간의 관계를 규명하고자 한다. 또 국내 저비용항공사의 국제선 운항이 증가함에 따라 전략 수립에 필요한 기초 정보제공과 고객 유지 향상을 위하여 차별화된 기내서비스 정책의 전략적 시사점을 제시하는데 목적이 있다.

II. 본 론

1 이론적배경

1.1 저비용항공사

저비용항공사에 대한 정의는 전 세계 공통적으로 공유된 확정적인 개념은 아직 정의되지 않았으나, 세계민간항공기구(International Civil Aviation Organization, ICAO)에서는 항공사의 개념을 사업 모델 특성별 기준에 따라 Table 1에 서와 같이 Full Service Carrier, No Frills Carrier, Low Cost Carrier의 3가지 종류로 구분하고 있다. 그 중 Low Cost Carrier를 저비용구조의 항공사로 낮은 운임을 제공하는 항공사로 정의 내리고 있으며, 비용절감의 특성에 초점을 맞추어 제시하고 있다(정미라.2015).

국내에서도 저비용항공사, 저가항공사, 저운임항공사 등 통일되지 않은 상태로 혼용되고 있다. 이러한 다양한 표현 속에서 공통적으로 갖는 기본적인 개념은 항공운송의 생산성과 효율성을 높이기 위해 기존의 대형 항공사와는 다른 비즈니스

모델을 도입하여 운영비용을 절감함으로써 비교적 저렴한 운임으로 서비스를 공급한다는 것에 있다. 국내 항공법에서는 아직 저비용항공사에 대한 법적 정의나 개념이 정립되어 있지 않다. 단지 사업형태에 따라 국내항공운송사업(국내정기편운항/국내부정기편 운항), 국제항공운송사업(국제정기편운항/국제부정기편운항), 소형항공운송사업으로만 구분하고 있을 뿐 저비용항공사에 대한 법적 구분이 없으며, 제도적인 기준 역시 존재하지 않아 특정한 구분에 의미가 없다.

Table 1. ICAO Categorized by characteristics of airline business model

구분	분류 기준 및 정의
Full Service Carrier(FSC)	-전형적인 국제 항공사 또는 대형 항공사
	-광범위한 노선망을 운영하는 항공사 -항공사에서 제공할 수 있는 거의 모든 서비스 제공:다양한 좌석 등급, 기내 오락물, 기내식, 기내면세품 판매, 프리미엄 등급 승객, 우수회원을 위한 라운지 제공 등
No Frills Carrier	-FSC와 달리 간단하고 제한적인 기내서비스 제공 -저비용 항공운송 서비스 제공에 초점을 맞춘 항공사
Low Cost Carrier (LCC)	-저비용구조의 항공사로 낮은 운임을 제공하는 항공사 -독립 항공사, 대형항공사의 자회사, 항공사 그룹 등의 형태 존재

이승수 외(2006)에 따르면 저비용항공사에 대하여 기존 항공사의 항공운임이 고가인 것과는 다르게 기존 항공사의 30~40%정도의 낮은 항공운임을 핵심 전략으로 내세워 항공운송 서비스를 제공하는 항공사로 정의하고 있으며, 기내식 유료화, 정시 도착 및 출발, 인터넷 예약, 지정좌석제 폐지, 마일리지 카드 및 항공사간 제휴 미시행, 지상직원 최소화, 기종의 단일화 등을 통해 운영 및 경영활동에서 원가 절감을 실현하여 대형 항공사들의 틈새시장을 공략하고 있는 항공사 또는 항공운송산업을 통칭한다고 밝히고 있다.

이승현·김정만(2011)은 저가항공사란 저비용사업구조를 가지고 운용비용이 적게 드는 중소형항공기를 주력 기종으로 하며, 불필요한 서비스를 배제하여 저비용운행을 통하여 항공이용객에게 저렴한 항공요금을 제공하는 항공사라고 정의하고 있으며, 김규성(2012)은 항공사 규모의 대·소를 구분하지 않고 다만 사업 모델 특성에 따라 단순한 가격 구조 및 항공기 기단 등을 가지면서

비용절감 체제를 바탕으로 기존 항공사보다 낮은 판매가를 유지하는 항공사가 저비용항공사라고 하고 있다.

본 연구에서는 저비용항공사, 저원가항공사, 저운임항공사를 통칭 저비용항공사라고 칭하며, 저비용항공사에 대한 정의를 위의 선행연구들의 정의를 토대로 낮은 운임을 핵심 전략으로 내세워 항공운송 서비스를 제공하는 항공사로 정의한다.

1.2 기내서비스 품질

Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1985)는 서비스의 우수성에 대한 개인의 전반적인 판단 혹은 태도라고 서비스품질에 대하여 정의하였다.

항공서비스에 관련된 선행연구들을 살펴보면 연구자들마다 항공서비스에 대하여 다양한 분류를 하고 있다. 김문성 외(2002)은 항공서비스를 지상서비스와 기내서비스로 분류하였으며, 기내서비스라는 용어는 항공기의 객실서비스와 같은 의미로 사용되고 있으며, 객실서비스란 항공기의 객실 승무원들에 의하여 고객들에게 제공되는 인적서비스와 물적서비스, 시스템적서비스를 말한다(박인주·최호규, 2010). 또 박광식·정미숙(2005)은 항공서비스를 지상서비스와 기내서비스로 분류하고 있다. 신충섭·안명숙(2006)의 연구에서는 항공사 객실서비스란 항공기내에서 승객들에게 제공되는 제반, 물적, 인적 서비스의 설계부터 생산까지의 모든 업무라고 정의하고 있다. 기내서비스 중에서 물적서비스는 승객의 안전과 쾌적한 여행을 위하여 필요한 각종 시설물과 서비스 물품을 탑재하여 편의를 제공하는 업무이며, 인적서비스는 승객이 안전하고 쾌적한 여행을 할 수 있도록 기내에 비치된 물품이나 장치를 이용하여 개인적으로 돕는 업무이다(허희영·유용재, 2005).

기내서비스에 대한 선행연구를 살펴보면, 박광식·정미숙(2005)은 유형성, 신뢰성, 반응성, 예의, 다양성, 안락함, 청결성을 서비스품질의 결정요인으로 연구하여 고객만족과의 상관관계를 밝히고 서비스 개선방안을 제안하고 있다. 왕수명·박혜윤(2016)은 기내서비스 품질을 인적서비스, 공간성, 쾌적성, 심미성, 기내서비스용품이 항공사이미지와 고객충성도에 영향을 미친다는 사실을 검증하였다. 양희욱(2000)은 고객특성에 따른 항공사 객실서비스품질 지각에 관한 연구를 통하여 항공기 이용객들의 여행 형태별 특성과 인구통계학적 특성이 객실서비스품질의 지각에 영향을 미친다는 연구 결과를 도출한 바 있다. 또 이승현·

김정만(2011)은 국내저가항공사의 특성을 4개 차원으로 분류하여 유형성, 반응성, 보장성, 편리성으로 국내저가항공사의 서비스품질과 고객만족과 충성도간의 영향관계를 규명하였다. 박인주(2011)는 항공기 객실서비스품질이 고객만족에 미치는 영향관계를 규명하기 위하여 인적서비스와 물적서비스로 연구하였다

본 연구에서는 국내 저비용항공사의 기내서비스 품질이란 항공기내에서 승객들에게 제공되는 물적, 인적서비스에 대하여 고객이 주관적으로 인식하는 기내서비스품질로서 기내서비스를 제공받기 전에 기대한 서비스와 제공받은 후의 차이에 대한 주관적인 태도 또는 인식이라고 정의한다.

또 박인주(2011)의 연구를 토대로 국내 저비용항공사의 기내서비스 품질을 인적서비스와 물적서비스로 분류하였으며, 허희영·유용재(2005)의 연구를 바탕으로 물적서비스란 승객의 안전과 쾌적한 여행을 위하여 기내의 각종 시설물과 서비스물품을 매개로 승객에게 제공되는 서비스로 정의하며, 인적서비스란 기내에 비치된 물품이나 장치를 이용하여 기내승무원이 승객에게 제공하는 서비스로 정의한다.

1.3 고객만족과 충성도

고객만족은 사용전의 기대와 사용 후의 성능간의 비교 과정에 대하여 고객의 감정적 반응으로 제품 구매 후에 서비스경험과 관련하여 있게 되는 평가(Oliver, 1980)라고 할 수 있다. 또 고객만족은 현대의 마케팅 사고와 실행에 있어 중심적인 개념으로 고객위주의 사고 또는 마케팅 컨셉으로 고객에게 만족을 제공하고 그 대가로 장기적인 이익을 얻는 것으로 비교 기준을 초과하는 제품에는 만족을 기준에 미치지 못하는 제품에는 불만족을 야기한다(이유재, 1994).

김가희·윤병국(2016)은 국내 저비용항공사 기내서비스품질에 대한 고객만족의 연구에서 고객만족은 고객의 요구와 기대에 부응한 결과로써 고객의 신뢰감이 연속되는 상태로 정의하고 있다. 충성도란 Kuehan & Day(1964)는 재구매 행동의 가능성이라 하였으며, 즉 재구매 행동의 가능성은 소비자가 주어진 상표를 구매하는 빈도와 횟수(Howard & Sheth, 1969)라고 할 수 있다. 고객충성도란 고객의 구매 행동 측면이나 고객이 기업에 대한 태도로 정의(Dick & Basu, 1994)할 수 있다. 다르게는 고객이 구매 경험을 통하여 기업에 대하여 긍정적인 태도를 형성하고 그 기업에 대하여 여러 가지 긍정적인 활동을 하는 것

이라고 할 수 있다.

고객만족과 충성도에 관한 관계에 있어서 고객만족은 미래 고객의 행동 중에서 반복구매의사결정에 대하여 고객 충성도가 중요한 변수로서 작용한다고 하였다(김화진, 김은정, 한진수, 2010).

국내 저가항공사의 서비스품질, 고객만족, 충성도간의 영향관계에 대한 이승현·김정만(2011)의 연구에서 충성도에 대하여 과거에 이용한 서비스에 대한 경험으로 인해 현재의 선택행동에 지속적으로 영향을 받아 이용하고 미래에도 이용하고자 하는 고객의 의도, 재이용, 추천의도, 고정고객이 되고자 하는 의사라고 정의하고 있다.

본 연구에서는 고객만족의 정의에 대하여 김가희·윤병구(2016)의 선행연구를 토대로 국내 저비용항공사를 이용하는 고객의 요구와 기대에 부응한 결과라고 정의하며, 충성도의 정의에서는 이승현·김정만(2011)의 선행연구를 토대로 과거에 국내 저비용항공사의 기내서비스를 경험한 고객이 현재에도 미래에도 계속 경험한 국내 저비용항공사를 이용하려는 의도라고 정의한다.

2. 연구설계

2.1 연구모형

본 연구에서는 선행 연구들을 바탕으로 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객만족과 충성도에 어떠한 영향을 미치는가를 분석하기 위하여 다음과 같은 연구모형을 설정하였다.

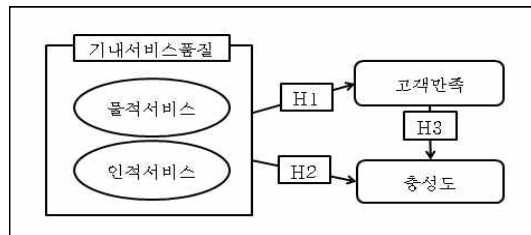


Fig.2 The model of the research

2.2 가설 설정

김민수(2008), 이용일(2008) 등은 국내 기존항공사와 국내 저비용항공사를 비교하여, 저비용항공사가 고객 요구와 불만을 해결하고 서비스품질을 향상시킴으로써 고객의 높은 충성도를 이끌어 낸

다고 하였다. 선행연구(김영규, 박정향, 2008, 김지훈, 이장운, 문재영, 2009)에서는 우리나라 항공사 이용객들은 항공기 운항에 대한 만족이 발생할 경우에는 기존항공사에서 저비용항공사로 이용을 바꿀 의향이 있다고 하였다.

본 연구의 목적인 국내저비용항공사의 기내서비스품질과 고객만족, 충성도간의 영향관계를 실증적으로 분석하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다

가설1. 국내 저비용항공사의 기내서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

1-1. 물적서비스요인은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

1-2. 인적서비스요인은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2. 국내 저비용항공사의 기내서비스품질은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2-1. 물적서비스요인은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2-2. 인적서비스요인은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3. 국내 저비용항공사의 고객만족은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.3 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

2.3.1 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의는 연구의 이론적 배경에서 실시한 기존 선행연구의 고찰을 통해 연구한 내용을 바탕으로 아래와 같이 정의하였다.

1) 국내 저비용항공사

김규성(2012), 이승수 외(2006), 이승현·김정만(2011)의 연구를 토대로 낮은 항공운임을 핵심 전략으로 내세워 항공운송 서비스를 제공하는 항공사로 정의한다.

2) 기내서비스품질

Garvin(1984)과 Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1985)의 선행연구를 토대로 기내서비스품질에 대하여 고객에 의해서 주관적으로 인식되는 기내서비스품질로서 고객들이 기내서비스를 제공받기 전의 기내 서비스와 실제 기내서비스를 제공받은 후의 기내서비스의 차이에 대하여 주관적인 태도나 인식이라고 정의한다.

3)기내서비스품질 결정요인

국내 저비용항공사의 기내서비스품질 결정요인을 도출하기 위하여 박인주(2011)의 연구를 토대로 기내서비스품질요소를 물적서비스와 인적서비스로 분류하였으며 정윤지 외(2017)의 연구를 토대로 물적서비스란 승객의 안전과 쾌적한 여행을 위하여 기내의 각종 시설물과 서비스물품을 매개로 승객에게 제공되는 서비스로 정의하며, 인적서비스란 기내에 비치된 물품이나 장치를 이용하여 기내승무원이 승객에게 제공하는 서비스로 정의한다.

4)고객만족

국내 저비용항공사의 기내서비스품질에 대한 고객만족은 김가희·윤병구(2016)의 연구를 토대로 국내 저비용항공사를 이용하는 고객의 요구와 기내에 부응한 결과라고 정의한다.

5)충성도

충성도의 정의에 대하여는 이승현·김정만(2011)의 선행연구를 토대로 과거에 국내 저비용항공사의 기내서비스를 경험한 고객이 현재에도 미래에도 계속 경험한 국내 저비용항공사를 이용하려는 의도라고 정의한다.

2.3.2 설문지 구성

본 연구에서는 국내 저비용항공사의 기내서비스 품질에 관한 설문 항목에 대하여 이명숙(2011), 박인주(2011), 정윤지 외(2017)의 연구에서 사용한 설문문항을 일부 수정하여 사용하였으며, 고객만족에 관한 설문 항목은 박인주(2011), 정윤지 외(2017)의 연구에서 사용한 설문 문항을 선택하였다. 또한 충성도에 관한 설문 항목은 이명숙(2011), 정윤지 외(2017)의 연구의 설문항목을 도입하였으며, 가설 검증을 위하여 설문지를 총 27 문항으로 구성하였다. 전체적으로는 국내저비용항공사의 기내서비스품질 물적서비스 7문항과 인적서비스 7문항으로 총 14문항과 고객만족 3문항, 충성도 3문항, 인구통계학적 특성 관련 7문항으로 구성하였다. 국내저비용항공사 기내서비스 품질의 물적서비스 관련 문항을 살펴보면 기내시설에 관한 인식 5문항과 기내식음료에 관한 인식 2문항으로 구성하였다. 또한 충성도의 3문항은 호의적 구전의사, 재이용의도, 추천의사로 구성하였으며, 응답의 편의를 위하여 모든 문항은 선택형 질문방식을 채택하였다. 27문항은 리커트 5점 척도를 이용하였으며, 인구통계학적 특성에 관한

문항은 명목척도를 이용하였다.

2.4 조사방법 및 분석방법

본 연구의 표본은 국내 저비용항공사를 1회 이상 이용한 경험이 있는 내국인으로 2017년 9월 1부터 10월15일까지 45일간 김포공항에서 실시하였다. 사전교육을 받은 3명의 설문조사원이 국내 저비용항공사를 1회 이상 이용한 경험자를 대상으로 자기기입 방식으로 응답을 요청하였다. 설문지는 총 300부를 배포하였고, 회수된 설문지 가운데 성실하게 응답된 280부를 분석자료로 사용하였다. 자료분석은 SPSS 21.0 프로그램을 활용하였으며, 연구 목적을 위하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰성 및 타당성 분석, 다중회귀분석 및 단순회귀분석을 실시하였다.

3 실증 분석

3.1 응답자의 일반적 특성

본 연구의 조사 대상자들에 대한 인구통계학적인 특성을 파악하기 위해서 빈도분석을 실시하였으며 분석결과는 Table 2와 같다.

Table 2. Profile of survey respondents

구분		빈도(명)	퍼센트
성별	남자	101	36.1
	여자	179	63.9
	합계	280	100.0
연령	20대	81	28.9
	30대	71	25.4
	40대	51	18.2
	50대	48	17.1
	60대 이상	29	10.4
직업	합계	280	100.0
	사무직/관리직	58	20.7
	전문직	33	11.8
	생산직/영업직	7	2.5
	공무원	14	5.0
	자영업자/사업가	42	15.0
	학생	49	17.5
	주부	39	13.6
	기타	38	13.6
	합계	280	100.0
항공기 이용횟수	1-2회	90	32.1
	3-4회	80	28.6
	5-6회	51	18.2
	7회 이상	59	21.1
	합계	280	100.0
항공기	관광	143	51.1

이용 목적	친지/친구방문	60	21.4
	업무관련	46	16.4
	교육	6	2.1
	기타	25	8.9
	합계	280	100.00

3.2 측정도구의 검증

1) 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당성을 판단하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인추출시 선택 기준은 고유값이 1.0이상, 요인 적재치는 보수적으로 0.50이상을 기준으로 하였다. 추출된 각각의 요인별로 신뢰도 분석 결과 Table 3과 같이 Cronbach's Alpha Coefficient가 0.7이상으로 신뢰도에 문제가 없는 것으로 나타났다.

Table 3. Result of reliability analysis

요인	신뢰도
인적서비스	.911
물적서비스	.808
고객만족	.855
충성도	.872

2) 요인분석 결과

Table 4는 고객만족에 대한 요인분석 결과로 1개의 요인으로 추출되었으며, 전체 3개 항목 중에서 도출된 1개의 항목에 대한 요인분석결과, 누적분산비율이 77.689%를 넘고 있기 때문에 요인분석의 설명력은 적절한 것으로 파악된다.

Table 4. Result of factor analysis on customer satisfaction

변수	요인
	고객만족
전반적인 서비스의 만족	.858
승무원 서비스의 만족	.875
기내 시설 및 서비스의 만족	.911
고유값	2.331
설명된 총분산	77.689
KMO: .715, 자유도=3, 유의확률=.000	
Bartlett의 검정 근사 카이제곱=385.672	

Table 5는 국내 저비용항공사의 기내서비스품질에 대한 항목 연구결과 최종 도출된 14항목 중의 도출된 2개의 항목에 대한 요인분석 결과 누적분

산이 57.897%로 설명력이 있는 것으로 분석되었다.

Table 5. Result of factor analysis on cabin service quality

변수	요인	
	인적 서비스	물적 서비스
기내 승무원의 공손한 말씨	.897	
기내 승무원의 친절성	.853	
기내 승무원의 친근한 표정	.847	
기내 승무원의 단정한 용모	.826	
기내 승무원의 업무 수행	.802	
기내 승무원의 빠른 응대	.795	
기내 승무원의 외국어 실력	.543	
기내 좌석의 안락성		.800
기내 좌석 공간의 충분성		.769
기내 좌석의 청결성		.686
기내 수하물 공간 여유성		.636
음료 제공의 시간대		.597
기내 온도의 적절		.594
기내제공의 음료의 양의 적당성		.563
고유값	4.710	3.396
설명된 총분산	33.643	57.897
KMO: .854, 자유도=91, 유의확률=.000		
Bartlett의 검정 근사 카이제곱=2250.217		

Table 6은 충성도에 대한 요인분석 결과이며, 1개의 요인으로 추출되었다. 전체 3개 항목 중에서 도출된 1개의 항목에 대한 요인분석결과, 누적분산이 80.058%로 설명력이 있는 것으로 분석되었다.

Table 6. Result of factor analysis on customer loyalty

변수	요인
	충성도
다른 사람들에게 항공사 추천	.867
앞으로 항공사 재이용 의사	.907
항공사에 대해 타인에게 긍정적으로 말함	.910
고유값	2.402
설명된 총분산	80.058
KMO: .730, 자유도=3, 유의확률=.000	
Bartlett의 검정 근사 카이제곱=438.903	

3.3 가설 검증

1) 가설 1 검증

국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객만

족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과는 아래의 Table 7과 같다. 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객만족에 미치는 영향의 회귀식은 $F=209.604(p<0.001)$ 로 통계적으로 유의한 결과를 보이고 있다. 또 전체의 설명력을 나타내는 값은 $53.4\%(R^2=.599)$ 이다. 국내 저비용항공사의 기내서비스품질의 2개 요인, 인적서비스품질과 물적서비스품질이 고객만족에 미치는 영향력은 인적서비스품질 $\beta=.534$, 물적서비스품질 $\beta=.387$ 순으로 나타났다. 인적서비스품질의 t 값은 12.891, 물적서비스품질의 t 값은 9.333로 나타나 모두 정(+)²의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

Table 7. Regression analysis between cabin service quality and customer satisfaction

모형	비표준화		표준화	t	유의 확률	
	계수 B	표준 오차	계수 베타			
(상수)	-.415	.593		-.700	.484	
독립 변수	물적 서비스	.177	.019	.387	9.333	.000***
	인적 서비스	.270	.021	.534	12.891	.000***
	F=209.604 R ² =.602 adjusted R ² =.599					

2)가설 2 검증

국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 충성도에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과는 아래의 Table 8과 같다. 또 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 충성도에 미치는 영향에 대한 회귀식의 값은 $F=102.100(p<0.001)$ 로 통계적으로 유의한 결과를 보이고 있다. 또 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 충성도에 미치는 영향력의 설명력을 나타내는 값이 $42\%(R^2=.420)$ 로 다소 낮은 설명력 값으로 나타난 가운데도 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객충성도에 영향력은 물적서비스품질 $\beta=.481$, 인적서비스품질 $\beta=.286$ 의 순으로 나타났다. 또 기내서비스품질의 요인 물적서비스품질의 t 값은 9.653, 인적서비스품질의 t 값은 5.731 모두 정(+)²의 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 2>는 채택되었다.

Table 8. Regression analysis between cabin service quality and customer

loyalty

모형	비표준화		표준화	t	유의 확률	
	계수 B	표준 오차	계수 베타			
(상수)	.868	.782		1.109	.268	
독립 변수	물적 서비스	.241	.025	.481	9.653	.000***
	인적 서비스	.158	.028	.286	5.731	.000***
	F=102.100 R ² =.424 adjusted R ² =.420					

3)가설 3 검증

국내 저비용항공사의 기내서비스품질에 대한 고객만족과 충성도에 대하여 실시한 단순회귀분석결과는 Table 9와 같다. 고객만족이 충성도에 미치는 회귀식의 값 $F=215.915(p<0.001)$ 로 통계적으로 유의한 결과를 보이고 있다. 또 고객만족이 충성도에 미치는 영향력이 $43.7\%(R^2=.435)$ 의 설명력을 보이고 있다. 고객만족이 고객충성도에 미치는 영향력은 $\beta=.661$ 이며, $t=14.694$ 로 정(+)²의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

Table 9. Regression analysis between customer satisfaction and customer loyalty

모형	비표준화		표준화	t	유의 확률	
	계수 B	표준 오차	계수 베타			
(상수)	2.763	.578		4.782	.000***	
독립 변수	고객 만족	.725	.049	.661	14.694	.000***
F=215.915 R ² =.437 adjusted R ² =.435						

III. 결 론

본 연구에서는 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 대하여 실증분석을 실시하였다. 실증분석 결과, 국내 저비용항공사를 이용하고 고객만족을 경험한 고객들은 저비용항공사를 재이용할 의사와 추천 의사가 높고 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 항공기를 이용할 목적의

고객들이 국내 저비용항공사를 선택하는 요인이 저렴한 항공료이지만 기내서비스품질에 대하여도 중요하게 인식 한다는 것을 알 수 있다.

본 연구의 결과와 시사점은 다음과 같다

첫째, 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 채택되었으며, 기내서비스품질의 요인인 인적서비스품질과 물적서비스품질 모두 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구 이명숙(2011), 정운지외(2017)의 연구결과와도 일치한다. 국내 저비용항공사의 이용객들은 기내의 시설 및 환경, 승무원의 태도, 승무원의 업무수행능력, 식음료서비스 등을 높게 평가할수록 고객들의 만족감이 높아진다는 의미라고 할 수 있다. 국내 저비용항공사의 고객만족도는 인적서비스품질이 물적서비스품질 보다 높은 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 국내 저비용항공사들은 기내 승무원들의 지속적인 직원교육, 훈련을 통하여 높은 인적서비스를 높게 유지하여야 할 것이다. 또한 인적서비스품질의 평가 중에서 기내방송의 외국어 능력, 즉각적인 대응에 대한 낮은 평가를 보임에 따라 기내승무원들의 고객요구의 신속한 대응 능력 강화와 외국어 교육이 필요하다고 할 수 있다

둘째, 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 또한 채택되었다. 즉 인적서비스품질과 물적서비스품질 모두 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 국내 저비용항공사의 기내서비스 품질을 높이 평가하는 고객은 재이용할 의도가 높으며, 자신이 이용한 항공사를 주변에 추천할 의도 또한 높다는 의미라고 할 수 있다. 또한 기내서비스품질의 물적서비스품질 요인이 인적서비스품질보다 고객충성도에 미치는 영향력이 높은 것으로 분석되었다. 이는 선행연구 박인주(2011)의 연구결과에서 기내환경, 공간요소들이 재구매와 호의적 구전에 영향을 미친다는 것과 일치한다.

이러한 연구결과들은 국내 저비용항공사들이 고객들의 충성도를 높이기 위해서는 본 연구에서 낮은 점수를 받은 기내온도, 기내좌석, 좌석공간 등을 개선하여야 할 것이다.

셋째, 국내 저비용항공사의 고객만족은 고객충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설 또한 채택되었다. 즉 국내 저비용항공사의 기내서비스에 대한 고객만족도가 높을수록 재이용할 의도가 높으며, 호의적으로 평가하고 주변 사람들에게 긍정적인 구전을 할 의도가 높다고 할 수 있다.

김가희, 윤병국(2016), 정운제 외(2017)의 선행연구

의 결과에서도 기내서비스품질에 대한 고객만족이 높아질수록 추천의도에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 지지하고 있다. 따라서 국내 저비용항공사들은 충성고객을 확보하기 위해서는 기내서비스에 대한 만족도에 영향을 주는 요인들을 찾아 기내서비스를 강화하는 등 만족도를 높이는 방안을 지속적으로 강구해 나가야 할 것이다.

본 연구의 한계점과 향후 방향은 다음과 같다. 첫째, 국내 저비용항공사의 국제선 취항이 증가하는 시점에서 국내선 이용객만을 조사대상으로 실시한 부분은 향후 보완한 연구가 필요하다. 이는 국내 저비용항공사의 국내선과 국제선의 운항시간이 다른 점을 고려했을 때 국내 저비용항공사의 서비스품질에 대한 기대와 인식이 국제선과 차이가 있을 수 있기 때문이다.

둘째, 본 연구의 표본설정에 있어 공간적인 범위를 서울 김포공항으로 제한함으로써 국내 저비용항공사 이용객 전체에 대한 의견을 대변하였다고 할 수 없다

셋째, 국내 저비용항공사의 기내서비스품질이라는 독립변수 한가지로 한정하여 종속변수인 고객만족과 충성도에 미치는 영향과 고객만족이 충성도에 미치는 영향을 분석한 것으로 고객만족에 영향을 미치는 다른 변수들을 배제하였다. 따라서 향후 연구에서는 국내 저비용항공사 이용객 전체에 대한 실증연구가 이루어져야 하며, 국내 저비용항공사의 고객만족에 영향을 미치는 다른 독립변수들에 대한 연구와 국내 저비용항공사의 기내서비스품질에 대한 국내선과 국제선의 차이를 분석함으로써 좀 더 세분화된 시장수요층에 대한 실증분석이 이루어진다면 시장세분화를 통한 집중화 마케팅 전략에 좋은 자료가 될 것이다.

Reference

- [1] Chung, M. R., "A Comparative Study on the Passenger Demand of New International Line by Low Cost Airlines -Focused on International Space Market in Korea-, Master's degree, Seoul National University School of Public Administration, 2015.
- [2] Kim, M. S., "A Comparative Study of the Impact of Service Quality on Satisfaction and Loyalty of Low Cost

- Carriers”*Journal of the Korean Air Management Journal*, 2008, 6(3), pp.25-42.
- [3] In-Ju Park, Ho-Gyu, Choi, “A Study on the Effects of Aircraft Cabin Service on the Customer Satisfaction and Repurchasing Intention, *Korean Review of Corporation Management*, 2010, 1(1), pp.61-81.
- [4] Kim, Y. K., Park, J. H., “A Study on the Relationships Between Low Cost Carriers (LCC), Brand Image, Customer Satisfaction, Switching Barrier and Brand Loyalty”*Tourism research*, 2008, 23(1), pp.113-123.
- [5] Kim, H. J., Kim, E. J., Han, J. S. “A Study on The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Focused on Female Customers Using Golf Course”*Journal of Tourism & Leisure Research*, 2010, pp.271-288.
- [6] Lee, S.S., Hur, H. Y., Yeo, K. H., “An Empirical Analysis of the New Management Paradigm of Aviation and Tourism Services : The Empirical Analysis of the Financial Character of Low Cost Air Handling Unit (LCC)”*Journal of the Korean Air Management Journal*, 2006, pp.239-253.
- [7] Lee. Y.I., “The Effects of The Service Quality of Domestic Low-Cost Airlines”*Journal of the Korean Air Management Journal*, 2008, 6(4), pp.135-151.
- [8] Kuehn, A. A. & R. L. Day(1964). *Probability Models of Consumer Buying Behavior. Journal of Marketing Research*, 25(4), 331-341.
- [9] Oliver, R. L.(1980) A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision, *Journal of Marketing Research*, Vol. 17.
- [10] Parasuraman, A., V. A. Zeithaml & L. Berry(1985). A Conceptual Model of Service Quality and It’s Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 47-5.
- [11] Ga Hee Kim, Byeong Kug Yoon., “Influencing relationship of in-flight service quality of low-cost airlines on customer satisfaction and recommendation intention”, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(8), 2016, pp.33-45.
- [12] Kim, M.S., Kwon, M.H., Lee, Y.R., “The study on the tourists' satisfaction effect influenced by airline service quality”, *A traveling crane*, 2002, 16, pp.107-125.
- [13] Kim, Ji-Heun, Lee, Tae-Hee, “A Study on the Impact of Airline Service Quality on Customer Value, Customer Satisfaction, and Customer Voluntary Behavioral Intention:Focusing on Airline Cultural Services,”*Cultural industry research*, 2015, 15(4), pp. 89-99.
- [14] Park, K. S., Jeong, M. S., “A Study on How Cabin Service Quality of Airlines Affects Customer Satisfaction”, *Korea Aerospace Research Institute*, 2005, 12(1), pp.45-58.
- [15] Park, H. Y., “The Influences of Service Quality on Brand Image and Brand Attitude”*Journal of The Korea Contents Association*, 2016, 16(6).pp.374-386.
- [16] Shin, C. S., An, M. S., “Airline's cabin quality and value are satisfied with customer satisfaction ;A Study on the Causal Relation Between Repurchase and Refusal”.*The Korea Service Management Society*, 5, 2006, pp.243-266.
- [17] Yang, Hee. Ock., “A study on how each customer perceives the cabin service quality of airlines,”*Kongju Film*

- Information College a collection of essays, 7, 2000, pp.7-36.
- [18] Lee, M. S., "The Impact on Customer Satisfaction in Cabin Service Quality of Domestic Low-Cost Airlines," *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 26(5), 2011, pp.399-413.
- [19] Y. J. Jeong, M. J. Kim, "Effects of in-flight service quality on customer satisfaction and loyalty:A comparison of full-service carriers and low-cost carriers", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2017, 31(1), pp.215-228.
- [20] Park, In-Joo, "A Study on the Factors of Aircraft Cabin Service on the Customer Satisfaction - Focused on the physical and personal service -", *Korea Service Industry Academy*, 2011, 8(1), pp.1-15.
- [21] Ga-Hee, Kim, Byeong-Kug, Yoon, "Influencing relationship of in-flight service quality of low-cost airlines on customer satisfaction and recommendation intention" *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2016, 30(8), pp.33-45.
- [22] Lee Seung-Hyun, Kim Jung-Man, "The Influence Relationship between Domestic LCC's Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty" *Journal of Tourism & Leisure Research*, 2011, 23(4), pp.237-256.
- [23] Kim, Ji-Heun, Lee, Jang-Woo, Moon, Jae-Young, "Developing Instruments for Measuring the Effectiveness of the LCC:Focus on Malcolm Baldring National Quality Award" *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2009, 23(3), pp.327-343.
- [24] Garvin, D. A. What Does "Product Quality" Really Mean? *Sloan Management Review*, 26(1), pp.25-43.
- [25] Hur, Hee-young, Yoo, Yong-jae, Aeronautical tourism theory, Myeonggyeong Publishing Co, 2005.
- [26] Lee, Yu-Jae, "A Theoretical Study on the Result Variables of Customer Satisfaction" *SNU Business Commentations*, 1994, 3/4, pp.202-272.