

의료미용 서비스가 고객 만족도 및 재방문에 미치는 영향

김민희¹, 유선희², 리순화^{3*}

¹건국대학교 산업대학교 향장학과 석사, ²동남보건대학교 피부미용과 겸임교수, ³건국대학교 교육대학원 미용교육 교수

A Study on the Influence of Healthcare on Customer Satisfaction and Revisit

Min-Hee Kim¹, Seon-Hee You², Shun-Hua Li^{3*}

¹Dept. of Cosmetology, Graduate School of Engineering, Konkuk University, Master

²Dept. of Skincare, Dongnam Health University, adjunct professor

³Dept. of Education Theory of Cosmetology, Graduate School of Education, Konkuk University, Professor

요약 본 연구는 의료미용의 서비스 품질 및 병원 선택 요인이 고객 만족도와 재방문에 미치는 영향을 연구하기 위해 20-30대 성인 여성과 남성을 대상으로 총 291부의 설문지를 통하여 분석하였다. 분석 결과, 병원 선택 하위요인, 서비스 품질 인식 하위요인, 고객 만족도, 재방문 요인 간 상관관계가 있으며, 병원 선택 및 의료미용 서비스 품질 하위요인은 고객 만족도와 재방문 의사에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 고객 만족도에는 병원비용이, 재방문에는 병원인지도가 가장 큰 영향을 미쳤고, 서비스 품질 중 시술후서비스가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이와 같은 결과는 의사의 기술 능력은 물론 직원의 서비스에도 전반적인 관심을 기울여야 할 것으로 사료되어지며, 추후 지역에 따른 다각적이고 종합적인 후속 연구가 필요할 것으로 생각된다.

주제어 : 고객 만족도, 미용성형, 병원 선택, 의료미용 서비스, 재방문

Abstract In this study, we conducted a survey on the 20 - to 30-year-olds woman and men in a total of 291 questionnaires to analyze the impact on the level of customer satisfaction and revisit the factors of service quality and hospital selection. Analysis result, found that there was a correlation between the quality of service, customer satisfaction, and factors of re-intervient inquiry when selecting hospitals. In particular, it was found that hospital expenses and hospital map were affected by customer satisfaction and re-investigation companies, and the quality of the service after treatment had the greatest impact on other variables. As such, these results are considered to be of overall concern to the physician's ability to perform the procedure as well as to the service of the staff. Various follow-up studies are needed depending on the region.

Key Words : Customer Satisfaction, Cosmetic Surgery, Hospital Selection, Hospital Cosmetic Service, Revisit

1. 서론

국민들의 생활과 경제 수준이 향상과 더불어개인의 개성과 다양성을 추구하면서, 생존 보다 삶의 질에 더 많은 가치를 부여하게 되었고, 자기만족에 대한 가치가 높아지고 있다[1]. 자기 개발과 삶의 질을 높이기 위한 방법

으로 미용이 그 중심에 있게 되었고, 최근에는 의복, 화장을 통해 자신의 아름다움을 드러내는 것을 시작으로 피부미용, 미용성형[2] 등을 통해 외모를 본질적으로 보완하고 있으며, 자신감 향상과 사회적 성공, 콤플렉스 해결 및 심리적 만족을 위한 노력으로 미에 대한 관심이 늘어나고 있다[3]. 이러한 관심에 따라 소비자들의 전문적

*Corresponding Author : Shun-Hua Li(lixiao@konkuk.ac.kr)

Received May 21, 2018

Accepted August 20, 2018

Revised June 29, 2018

Published August 28, 2018

고, 체계적인 서비스 욕구가 늘어나면서 미용성형 및 시술을 하는 의료미용 서비스 산업이 형성하게 되었다[4].

의료 서비스란 의사가 주체가 되어 환자를 진단 및 치료하는 행위와 병원의 환경, 시설 및 의료기기, 의료비, 직원의 친절 등에 대한 환자의 평가를 의미하고 있다[5]. 의료 서비스 품질은 의료 전문가와 의료 소비자인 환자 측면으로 나누어 정의하고 하고 있다[6]. 미용적인 측면에서의 의료미용 서비스란 무형적인 속성으로 고객과 의료진, 제품, 물리적 자원, 서비스 공급자 시스템 등의 상호작용 안에서 발생하며, 고객의 문제점을 찾아 해결책을 제시하는 것을 의미하고, 의료미용 서비스의 목적은 성형 수술과 비수술적 시술을 포괄하고 있다[7].

의료미용 서비스 품질에 대한 최신 연구로는 의료미용 종사자들의 직무요구가 전문성 및 직무만족에 미치는 영향[8], 의료미용 서비스 산업 종사자의 직무스트레스와 서비스 품질과의 관련성[9], 국내의 미용 및 건강검진 의료 서비스 분야의 경쟁력 제고 방안[10], 중국인의 성형 수술 의료 서비스 품질 지각이 만족도에 미치는 영향[11], 병원 선택 요인이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구[12], 병원 이미지와 의료 서비스 품질이 재이용 의사에 미치는 영향[13], 미용성형 수술환자의 병원 선택 요인과 만족도에 관한 연구[14] 등이 보고되고 있다. 하지만 대부분의 선행 연구는 의료미용 종사자들의 직무 만족 및 스트레스와 병원 이미지, 의료미용 서비스의 만족도와 연관성 연구에 대해 진행되어 지고 있으나, 인구 통계적 특성과 미용성형의 관심 수준, 이에 따른 병원 선택 하위요인, 서비스 품질 인식 하위요인, 고객 만족도, 재방문 간의 상관관계에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 인구 통계적 특성과 미용성형 관심수준을 확인하고, 의료미용 서비스 품질 하위요인 및 병원 선택 하위요인이 의료미용을 이용하는 고객의 만족도 및 재방문에 미치는 영향을 분석하여, 향후 양질의 의료미용 서비스를 제공을 하기 위한 방향성을 제시하고 고객관리의 기초 자료를 제공하고자 하였다.

2. 연구방법

2.1 연구 대상 및 기간

본 연구는 2017년 4월 3일부터 4월 23일까지 미용 성형 병원을 1회라도 이용한 적 있는 20-30대 성인 남녀 총

350명을 대상으로 진행하였다. 설문지는 총 350부를 배부하여 315부가 회수되었고, 그 중 응답이 미흡한 24부를 제외한 여성 144명, 남성 147명 총 291부의 설문지를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2.2 설문지 구성 내용

본 연구에서 의료미용 서비스 품질 인식 하위요인 및 병원 선택 하위요인이 고객 만족도 및 재방문에 미치는 영향을 알아보기 위하여 선행연구를 토대로 본 연구의 내용에 맞게 수정, 보완하여 작성하였다[13-17]. 설문지의 내용은 조사대상자의 일반적 특성 7문항, 미용성형 이용 실태 11문항, 병원 선택 요인 19문항, 의료미용 서비스 품질 인식 9문항, 고객 만족도 6문항, 재방문 4문항 총 56 문항으로 구성하였다.

2.3 연구 가설

- 가설 1. 인구 통계적 특성에 따라 병원 선택 하위요인에 차이가 있을 것이다.
- 가설 2. 인구 통계적 특성에 따라 서비스 품질의 인식 하위요인에 차이가 있을 것이다.
- 가설 3. 병원 선택 하위요인, 서비스 품질 인식 하위요인, 고객 만족도, 재방문 요인 간 상관관계가 있을 것이다.
- 가설 4. 병원 선택 하위요인은 고객 만족도와 재방문에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5. 서비스 품질 하위요인은 고객 만족도와 재방문에 영향을 미칠 것이다.

2.4 통계 처리 및 분석

자료 분석 방법으로 수집된 자료의 통계처리는 SPSS(Statistical Package for Social Science) WIN 20.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다.

일반적 특성은 빈도분석(Frequency Analysis)을 하였고 일반적 특성에 따라 미용성형병원 이용실태, 서비스 품질, 병원 선택 요인, 고객 만족도, 재방문을 알아보기 위하여 교차분석과, 독립표본 t-test를 실시하였다. 병원 선택 요인, 의료미용 서비스 품질, 고객 만족도, 재방문의 각 차원을 알아보기 위해 요인분석(Factor Analysis)과 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 실시하였다. 병원 선택 하위요인, 의료미용 서비스 품질 하위요인이 만족도 및 재방문에 미치는 영향을 알아보기 위하여 상관관계분

석과 회귀분석(Regression Analysis)을 실시하였다. 모든 데이터 결과는 평균±표준편차(Mean±SD)로 표기하였고, 유의성 검증은 Student's t-test를 실시하여 P값이 0.05 미만일 때 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 판정하였다.

2.5 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통 요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석(Factor

Analysis)을 실시하여 최종 문항의 적합도를 분석하였다. 본 연구의 요인추출법으로 주성분법(Principle Components)을 실시하였고, 요인회전과 관련하여 요인분석은 고유치 1이상, 요인적재량 ±0.5이상을 기준으로 하여 직각회전 방법 중 베리맥스(Varimax)회전을 실시하여 도출하였다. 일반적으로 신뢰도 수준은 Cronbach's α값은 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 분석하고 있으며[18], 본 연구문항에 대해 Cronbach's α값을 산출하여 분석한 결과, 신뢰도 검증은 미용성형 관심도 2개 문항에서 Cronbach's α 0.8이

Table 1. Validation of the Selection Factors for Aesthetic plastic Hospitals

Factors of Hospital	Human Service	A Hospital Map	Hospital Expenses	Physical Environment	Cronbach's α
Doctors easily explain the process of therapy	0.842	0.240	0.192	0.175	0.952
Counselor easily explain the process of therapy	0.814	0.265	0.173	0.267	
The kindness of a doctor	0.803	0.172	0.223	0.262	
Make it easy for your customers	0.797	0.295	0.130	0.316	
The kindness of employees	0.782	0.169	0.203	0.363	
Understand individual interests and customer wants	0.780	0.361	0.100	0.210	0.924
High Awareness From Media	0.239	0.822	0.205	0.191	
Good overall hospital awareness	0.281	0.805	0.258	0.252	
Hospital Brand Good	0.286	0.787	0.241	0.269	
The practical experience and abilities of physicians	0.391	0.689	0.329	0.259	0.911
The employees have a high level of professional knowledge.	0.458	0.680	0.315	0.283	
Medical expenses are reasonable	0.144	0.226	0.892	0.121	
Cost of procedure are reasonable	0.121	0.139	0.889	0.104	
Consulting expenses are reasonable	0.179	0.227	0.818	0.184	0.897
Cosmetic costs are reasonable	0.243	0.229	0.727	0.203	
To be easy to use hospital facilities	0.354	0.238	0.224	0.779	
Up-to-dateness Machine	0.242	0.350	0.155	0.756	
Inside and outside Cleanliness	0.366	0.307	0.151	0.755	0.897
Traffic convenience	0.271	0.118	0.164	0.751	
eigen value	4.969	3.491	3.467	3.177	
Variance %	26.152	18.372	18.245	16.723	
Cumulative variation %	26.152	44.524	62.769	79.492	

KMO=0.930, $\chi^2=5386.720$, df=171, p=0.000

Table 2. Validation of the Quality of Medical Beauty Service

Healthcare Beauty Service Quality	Before Treatment service	Under medical Treatment service	After Treatment service	Cronbach's α
Schedule the appointment at your convenience	0.903	0.230	0.145	0.916
Good waiting time for treatment	0.805	0.301	0.303	
Rapid receipt of care and receipt	0.804	0.418	0.244	
Schedule the appointment at your convenience	0.404	0.814	0.307	0.917
The operation and procedure are rapid	0.444	0.796	0.284	
Answer questions promptly	0.270	0.645	0.581	
Quickly respond to customer complaints	0.224	0.255	0.898	0.951
Resolve problems quickly when they occur	0.222	0.251	0.895	
Post-management service is good	0.187	0.224	0.895	
eigen value	2.678	2.209	3.093	
Variance %	29.750	24.541	34.363	
Cumulative variation %	64.114	88.654	34.363	

KMO=0.896, $\chi^2=2707.514$, df=36, p=0.000

Table 3. Validate Customer Satisfaction

Customer Satisfaction	Satisfaction	Cronbach's α
I am satisfied with the hospital choice.	0.934	0.935
I am satisfied with the quality of hospital service.	0.916	
I am satisfied with the therapeutic effects and the results of the hospital	0.901	
I am satisfied with hospital facilities and interior design.	0.862	
I am satisfied with the hospital's relationship with employees.	0.856	
I am satisfied with the cost paid to the hospital.	0.747	
eigen value	4.558	
Variance %	75.966	
Cumulative variation %	75.966	
KMO=0.912, $\chi^2=1516.760$, $df=15$, $p=0.000$		

상으로 확인되었으며, 높은 신뢰도가 검증 되었다.

미용 성형 병원 선택 하위요인의 타당성을 검증하기 위한 요인분석을 진행한 결과는 Table 1과 같다. 분석 결과, 인적서비스, 병원인지도, 병원비용, 물리적 환경 4개의 요인이 도출되었다. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 0.930, Bartlett의 구형성 검정치는 5386.720, 유의확률 값이 0.000으로 귀무가설이 기각되어 요인분석에 적합하고, 공통요인이 존재하다고 인정되었다.

의료비용 서비스 품질의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 실시한 결과는 Table 2와 같다. 분석 결과, 3개의 요인으로 추출되었으며, 요인명을 진료전서비스, 진료중서비스, 시술후서비스로 명명하였다. KMO값이 0.896, Bartlett의 구형성 검정치는 2707.514, 유의확률 값이 0.000으로 귀무가설이 기각되어 요인분석에 적합하고, 공통요인이 존재하다고 인정되었다.

고객 만족도의 타당성에 대하여 요인분석을 실시한 결과는 Table 3과 같다. 분석결과, 1개의 요인으로 추출되었고, 요인명을 만족도로 명명하였다. KMO값이 0.912, Bartlett의 구형성 검정치는 1516.760, 유의확률 값이 0.000으로 귀무가설이 기각되어 요인분석에 적합하고, 공통요인이 존재하다고 인정되었다.

Table 4. Validation of Restatement Inquiries

Check Revisit	Revisit	Cronbach's α
I will recommend the hospital I used.	0.939	0.913
I will recommend the hospital I am using to others	0.925	
We will revisit the hospital we are currently using	0.899	
Even if this hospital is expensive, we will revisit it	0.820	
eigen value	3.218	
Variance %	80.444	
Cumulative variation %	80.444	
KMO=0.821, $\chi^2= 938.096$, $df=6$, $p=0.000$		

재방문의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 Table 4와 같다. 분석 결과, 1개의 요인으로 추출되었고 요인명을 재방문으로 명명하였다. KMO값이 0.821, Bartlett의 구형성 검정치는 938.096, 유의확률 값이 0.000으로 귀무가설이 기각되어 요인분석에 적합하고, 공통요인이 존재하다고 인정되었다.

3. 연구 결과 및 고찰

3.1 조사 대상자의 일반적 특성

본 연구 조사 대상자의 일반적 특성은 Table 5와 같다. 연령에서 20대(50.5%)가, 성별에서 남성(50.5%), 결혼여부에서 미혼(80.1%)이 높은 것으로 조사 되었다. 직업은 서비스직(27.1%)과 행정사무직(24.4%)순으로 조사되었고, 최종학력은 대학교 재학 및 졸업(74.9%)이 가장 많은 것으로 조사되었다. 월 평균 소득은 200만원 이상~300만원 미만(26.1%)으로, 한 달 소비는 60만원 이상(62.9%)이 높은 것으로 조사되었다.

Table 5. General characteristics of respondents

Group	Item	Frequency (N)	(%)
Age	20s	147	(50.5)
	30s	144	(49.5)
Gender	Woman	144	(49.5)
	Man	147	(50.5)
Marriage Status	Single	233	(80.1)
	Married	58	(19.9)
Job	Professional	58	(19.9)
	Service	79	(27.1)
	Office job	71	(24.4)
	Production work	6	(2.1)
	Self-employment or Business	24	(8.2)
	Farming, Fishing, Forestry	1	(0.3)
	Student	24	(8.2)
	Housewife	9	(3.1)

	not employed	18	(6.2)
	Etc.	1	(0.3)
Levl of Education	High school graduation	31	(10.7)
	College and graduation	218	(74.9)
	Postgraduate graduation	42	(14.4)
Monthly average income	> 2 million won	57	(19.6)
	> 3 million won	76	(26.1)
	> 4 million won	54	(18.6)
	> 5 million won	46	(15.8)
	5 million won <	58	(19.9)
Monthly expenditure	Less than 100,000 won	10	(3.4)
	100,000 - 190,000 won	6	(2.1)
	200,000 - 290,000 won	8	(2.7)
	300,000 - 500,000 won	84	(28.9)
	Over 600,000 won	183	(62.9)
	Total	291	(100.0)

3.2 성별에 따른 미용성형 이용 실태

성별에 따른 미용성형 이용 실태를 조사한 결과는 아래 Table 6과 같다. 미용성형 수술 유무에서 여성이 67.4%, 남성이 44.2%로 성별에 따라 차이가 있는 것으로 확인되었다(p<0.001). 또한 여성은 본인(43.1%)과 친구나 동료(43.1%)가 동일하게 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 남성은 본인(38.8%), 연인 혹은 배우자(27.2%)로 미용성형 수술 유무에 영향을 미치는 것으로 확인되었다(p<0.001). 병원 재방문 이유로 여성은 치료비가 저렴해서(35.4%), 주차시설 및 교통이 편리해서(29.2%) 순이었 고, 남성은 병원과 의사의 인지도 때문에(61.2%), 치료비가 저렴해서(24.5%) 순으로 나타났다(p<0.001). 다른 사

Table 6. The Actual Conditions of the Use of Cosmetic surgery by Gender

Group	Item	Woman	Man	Total	x ² (Fisher) (p)
Cosmetic surgery status	Yes	97(67.4)	65(44.2)	162(55.7)	15.788 (0.000***)
	No	47(32.6)	82(55.8)	129(44.3)	
Influential person	My self	62(43.1)	57(38.8)	119(40.9)	23.799 (0.000***)
	Family	5(3.5)	9(6.1)	14(4.8)	
	Friends or colleagues	62(43.1)	36(24.5)	98(33.7)	
	Lover or spouse	12(8.3)	40(27.2)	52(17.9)	
	Etc.	3(2.1)	5(3.4)	8(2.7)	
Areas you want to do	Eye	18(12.5)	15(10.2)	33(11.3)	22.054 (0.002**)
	Nose	29(20.1)	34(23.1)	63(21.6)	
	Chest	16(11.1)	3(2.0)	19(6.5)	
	Outline	18(12.5)	17(11.6)	35(12.0)	
	Face lifting	16(11.1)	14(9.5)	30(10.3)	
	Liposuction	17(11.8)	8(5.4)	25(8.6)	
	Local transplant	2(1.4)	1(0.7)	3(1.0)	
	Petite	28(19.4)	55(37.4)	83(28.5)	
Important when choosing a hospital	Acquaintance advice	33(22.9)	52(35.4)	85(29.2)	13.348 (0.205)
	Convenience of traffic	2(1.4)	3(2.0)	5(1.7)	
	Size or Interior	1(0.7)	3(2.0)	4(1.4)	
	Advertisement	2(1.4)	1(0.7)	3(1.0)	
	Hospital doctor Awareness	32(22.2)	26(17.7)	58(19.9)	
	Up-to-dateness Machine	5(3.5)	2(1.4)	7(2.4)	
	Treatment is Low	3(2.1)	5(3.4)	8(2.7)	
	Medical staff kindness	2(1.4)	3(2.0)	5(1.7)	
	Treatment result	64(44.4)	49(33.3)	113(38.8)	
	Celebrity goes around	0(0)	2(1.4)	2(0.7)	
Etc.	0(0)	1(0.7)	1(0.3)		
Reason for hospital revisit	Interior	8(5.6)	0(0)	8(2.7)	44.056 (0.000***)
	Inside and outside Cleanliness	6(4.2)	1(0.7)	7(2.4)	
	Traffic convenience	42(29.2)	20(13.6)	62(21.3)	
	Lower cost of treatment	51(35.4)	36(24.5)	87(29.9)	
	Hospital doctor Awareness	37(25.7)	90(61.2)	127(43.6)	
Reason for recommendation	Interior	9(6.3)	4(2.7)	13(4.5)	5.421 (0.712)
	Inside and outside Cleanliness	7(4.9)	6(4.1)	13(4.5)	
	Traffic convenience	1(0.7)	3(2.0)	4(1.4)	
	Lower cost of treatment	9(6.3)	10(6.8)	19(6.5)	
	Hospital doctor Awareness	15(10.4)	21(14.3)	36(12.4)	
	Medical staff kindness	31(21.5)	31(21.1)	62(21.3)	
	Up-to-dateness Machine	3(2.1)	1(0.7)	4(1.4)	
	Treatment result	67(46.5)	70(47.6)	137(47.1)	
Unsatisfactory Compensation	2(1.4)	1(0.7)	3(1.0)		
Total		144(100.0)	147(100.0)	291(100.0)	

p<0.01, *p<0.001

람들에게 병원을 추천 할 이유로 여성과 남성 모두 치료 결과에 만족하고, 의료진 및 직원들이 친절하다는 순으로 나타났다($p < 0.05$). 최순혁(2012)의 선행연구에 의료 기술과 환자에 대한 관심은 고객 만족과 관련성이 있다고 보고하고 있으며[19], 본 연구에서도 치료 결과가 만족스럽고, 의료진 및 직원들이 친절하면 지인들에게 추천하는 것으로 확인됨에 따라 의료비용 기관에서는 치료 관리와 서비스 품질에 지속적인 심혈을 기울이는 것은 매우 중요한 일로 사료되어 진다.

3.3 관심 수준에 따른 병원 선택 요인, 서비스 품질, 만족도, 재방문 비교

관심 수준에 다른 병원 선택 요인, 서비스 품질, 만족도, 재방문 비교에 대한 결과는 아래 Table 7에 나타내었다. 미용성형 관심수준에 따른 모든 요인 차이 비교에서 관심수준이 높은 그룹이 낮은 그룹보다 요인 인식 정도가 높게 나타났고 관심수준이 낮은 그룹은 인적서비스,

시술후서비스를 중요하게 인식하였고, 관심수준이 높은 그룹은 병원인지도, 시술후서비스를 중요하게 인식하는 것으로 확인되었다. 또한 관심수준이 높은 그룹은 병원 비용은 제일 낮은 것으로 확인됨에 따라, 시술 비용보다는 병원이 인지도와 시술후의 서비스가 더 높은 영향을 미치는 것을 확인하였다.

3.4 성별에 따른 병원 선택 요인, 서비스 품질, 만족도, 재방문 비교

성별에 다른 병원 선택 요인, 서비스 품질, 만족도, 재방문 비교에 대한 결과는 아래 Table 8과 같다. 성별에 따른 모든 요인 차이 비교에서 남성이 여성보다 요인 인식 정도가 높게 나타났다. 여성은 인적서비스, 진료중서비스를 중요하게 인식함에 따라 감성적인 측면에서의 만족도가 높은 것을 알 수 있었고, 남성은 병원인지도, 시술 후서비스를 중요하게 인식하였고, 이는 관심수준이 높은 그룹과 비슷한 결과를 확인하였다.

Table 7. Comparison of hospital selection factors, quality of service, satisfaction, and revisit visits based on interests

Group	Item	Low Interest		High Interest		t(p)
		M	SD	M	SD	
Hospital Selection Factor	Physical Environment	3.61	0.75	4.04	0.76	22.796(0.000***)
	Healthcare beauty service quality	3.87	0.79	4.12	0.80	7.111(0.008**)
	A Hospital Map	3.86	0.77	4.18	0.70	14.408(0.000***)
	Expenses	3.48	0.76	3.74	0.81	8.058(0.005**)
Healthcare beauty service quality	Before treatment Service	3.66	0.93	3.95	0.91	6.932(0.009**)
	Under medical Treatment	3.79	0.83	4.25	0.73	24.947(0.000***)
	After Treatment Service	3.80	0.89	4.26	0.84	20.728(0.000***)
Customer Satisfaction		3.86	0.80	4.21	0.76	14.567(0.000***)
Revisit		3.84	0.87	4.20	0.86	12.474(0.000***)
합계		137(N)		154(N)		

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Table 8. Comparison of hospital selection factors, quality of service, satisfaction, and revisit by gender

Group	Item	Woman		Man		t(p)
		M	SD	M	SD	
Hospital Selection Factor	Physical Environment	3.61	0.75	4.06	0.75	26.264(0.000***)
	Human Service	3.81	0.90	4.20	0.65	18.201(0.000***)
	A Hospital Map	3.79	0.72	4.27	0.71	32.617(0.000***)
	Expenses	3.46	0.85	3.77	0.70	11.475(0.001**)
Healthcare beauty service quality	Before treatment Service	3.63	1.03	3.99	0.78	11.440(0.001**)
	Under medical Treatment	3.81	0.84	4.25	0.72	23.132(0.000***)
	After Treatment Service	3.78	0.93	4.30	0.77	27.342(0.000***)
Customer Satisfaction		3.76	0.84	4.33	0.64	41.723(0.000***)
Revisit		3.67	0.88	4.38	0.72	55.951(0.000***)
합계		137(N)		154(N)		

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

3.5 연구 가설에 대한 검증

3.5.1 가설 1. 인구 통계적 특성에 따라 병원 선택 하위요인에 차이가 있을 것이다.

본 연구에서 인구 통계적 특성에 따라 병원 선택 하위요인에 대한 차이를 분석한 결과는 Table 9와 같다. 분석 결과, 인구 통계적 특성에 따라 모든 항목에서 병원 선택 하위요인에 차이가 나타나는 것으로 확인되었고, 남성이 여성보다 병원 선택 요인 중 물리적 환경, 인적 서비스, 병원 인지도, 병원비용의 하위요인 모두에서 요구 정도가 높게 나타났으며, 모든 요인의 p값이 통계적 수준에서 유의하여 본 가설은 채택되었다(p<0.01, p<0.001).

3.5.2 가설2. 인구 통계적 특성에 따라 서비스 품질의 인식 하위요인에 차이가 있을 것이다.

본 연구에서 성별에 따른 서비스 품질 인식 하위요인에 차이를 분석한 결과는 Table 10과 같다. 분석 결과, 남성이 여성보다 서비스 품질 인식 정도가 높게 나타났으며, 진료전서비스, 진료중서비스, 시술후서비스의 하위요인의 p값이 통계적 수준에서 유의하여 본 가설은 채택되었다(p<0.01, p<0.001).

3.5.3 가설 3. 병원 선택, 서비스 품질 하위요인, 고객 만족도, 재방문 요인 간 상관관계가 있을 것이다.

본 연구 조사 대상자의 각 변수 간의 양측 검정 상관관계 분석을 실시한 결과는 Table 11과 같다. 분석 결과, 미용성형병원 선택 하위요인에서 물리적 환경, 인적서비스, 병원인지도, 병원비용은 고객 만족도와, 재방문에 모두 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 서비스 품질 하위요인에서 진료전서비스, 진료중서비스, 시술후서비스 모두 만족도와 재방문에 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 확인됨에 따라 모든 요인의 p값이 통계적 수준에서 유의하여 본 가설은 채택되었다.

3.5.4 가설 4. 병원 선택 요인이 고객 만족도와 재방문에 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 병원 선택 하위요인이 고객 만족도와 재방문에 영향을 미치는지를 검증한 결과는 Table 12과 같다. 고객 만족도 분석 결과, 병원비용, 병원인지도, 인적서비스, 물리적 환경 순으로 모두 고객 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(p<0.05,

Table 9. Factors of hospital selection based on gender

Group	Item	N	M	SD	t(p)
Physical Environment	Woman	144	3.61	0.75	26.264 (0.000***)
	Man	147	4.06	0.75	
	Total	291	3.84	0.78	
Human Service	Woman	144	3.81	0.90	18.201 (0.000***)
	Man	147	4.20	0.65	
	Total	291	4.00	0.80	
A Hospital Map	Woman	144	3.79	0.72	32.617 (0.000***)
	Man	147	4.27	0.71	
	Total	291	4.03	0.75	
Expenses	Woman	144	3.46	0.85	11.475 (0.001**)
	Man	147	3.77	0.70	
	Total	291	3.62	0.80	

p<0.01, *p<0.001

Table 10. Differences in service quality perception by gender

Group	Item	N	M	SD	t(p)
Before treatment Service	Woman	144	3.63	1.03	11.440 (0.001**)
	Man	147	3.99	0.78	
	Total	291	3.81	0.93	
Under medical Treatment Service	Woman	144	3.81	0.84	23.132 (0.000***)
	Man	147	4.25	0.72	
	Total	291	4.04	0.81	
After Treatment Service	Woman	144	3.78	0.93	27.342 (0.000***)
	Man	147	4.30	0.77	
	Total	291	4.04	0.89	

p<0.01, *p<0.001

Table 11. Correlation Analysis

Correlation Coefficient	A Selective Factor				Service Quality			Customer Satisfaction	Revisit
	Physical Environment	Human Service	A Hospital Map	Expenses	Before Treatment service	Under medical Treatment service	After Treatment service		
Physical Environment	1								
Human Service	.687**	1							
A Hospital Map	.672**	.700**	1						
Expenses	.470**	.467**	.591**	1					
Before treatment Service	.525**	.571**	.628**	.545**	1				
Under medical Treatment service	.634**	.636**	.689**	.550**	.745**	1			
After treatment Service	.583**	.588**	.681**	.462**	.518**	.691**	1		
Customer Satisfaction	.662**	.707**	.787**	.685**	.665**	.747**	.765**	1	
Revisit	.606**	.656**	.740**	.629**	.566**	.667**	.742**	.901**	1

**p<0.01

Table 12. Effects of Dustomer Satisfaction on Hospital

Dependent Variable	Independent Variable	Non- Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	R2	F
		B	S.E	β			
Customer Satisfaction	Constant	.000	.146		-.002	0.733	200.293***
	Physical Environment	.116	.046	.113	2.511*		
	Human Service	.224	.046	.226	4.851***		
	A Hospital Map	.395	.052	.372	7.573***		
	Expenses	.307	.038	.306	8.073***		
Revisit	Constant	-.099	.188		-.527	0.632	125.601***
	Physical Environment	.091	.059	.081	1.525		
	Human Service	.228	.060	.208	3.813***		
	A Hospital Map	.446	.067	.382	6.624***		
	Expenses	.296	.049	.268	6.018***		

*p<0.05, ***p<0.001

Table 13. The Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction and Revisit

Dependent Variable	Independent Variable	Non- Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	R2	F
		B	S.E	β			
Customer Satisfaction	Constant	.518	.187		2.779**	0.712	113.127***
	Before Treatment Service	.200	.060	.231	3.315**		
	Under Medical Treatment Service	.222	.075	.231	2.947**		
	After Treatment Service	.465	.053	.515	8.699***		
Revisit	Constant	.551	.173		3.180**	0.601	146.875***
	Before Treatment Service	.143	.053	.151	2.717**		
	Under Medical Treatment Service	.198	.071	.183	2.784**		
	After treatment service	.528	.050	.537	10.463***		

p<0.01, *p<0.001

p<0.001), 독립변수 중 병원비용이 고객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 조사되었으며, 물리적 환경이 가장 낮은 것으로 조사되었다. 재방문을 분석한 결과, 병원인지도, 병원비용, 인적서비스, 물리적 환경 순으로 재방문에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(p<0.001), 독립변수 중 병원인지도가 재방문에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 물리적 환경은 통

계적으로 유의하지 않는 것으로 확인되었다. 재방문의 물리적 환경을 제외한 모든 요인이 통계적 수준에서 유의한 것으로 확인되었다. 이주현(2016)의 선행연구에서도 의료비용 서비스 전체적인 만족도를 보면 비용 부분에서 가장 낮은 만족도가 확인되었으며[15], 본 연구와 일치하였다.

3.5.5 가설 5. 서비스 품질 하위요인은 고객 만족도와 재방문에 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서, 의료미용 서비스 품질 하위요인이 고객 만족도에 영향을 미치는지를 검증한 결과는 Table 13과 같다. 분석 결과, 시술후서비스, 진료전서비스, 진료중서비스 순으로 고객 만족도에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(p<0.01, p<0.001), 독립변수 중 시술 후 서비스가 고객 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한, 의료미용 서비스 품질 하위요인이 재방문에 영향을 미치는지를 검증한 결과, 시술후서비스, 진료중서비스, 진료전서비스 순으로 재방문에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며(p<0.01, p<0.001), 독립변수 중 시술후서비스가 다른 변수보다 월등히 재방문에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한, 노은미(2018)의 연구 중 의료서비스 인력의 서비스 태도가 고객만족에 중요하게 작용한다는 연구[20]와 일치하고 하였다.

4. 결론

본 연구는 20-30대 서울에 거주하는 성인 남녀를 대상으로 의료미용 서비스 품질 하위요인 및 병원 선택 하위요인이 고객 만족도 및 재방문에 미치는 영향을 파악하기 위하여 본 연구에 사용된 문항의 타당성과 신뢰도를 검증하여 최종 문항의 적합도를 분석하였다. 가설 검증을 통하여 향후 양질의 의료미용 서비스를 제공하기 위한 방향성을 제시하고, 고객 관리의 기초 자료를 제공하고자 하였다.

본 연구 결과들을 종합해 볼 때, 여성보다 남성이 병원 선택 요인, 서비스 품질, 만족도, 재방문에 대한 인식 정도가 높고, 관심 수준이 높은 그룹과 비슷한 인식요인이 확인되었으며, 본인이나 가까운 지인을 통해 성형의 여부를 판단하는 것을 확인하였다. 또한 병원 시술 비용이나 시술 결과의 만족도, 병원 인지도가 높을수록 재방문율이 높아지며, 의사의 시술 능력뿐만 아니라 직원의 응대 태도가 병원 선택 요인에도 영향을 미치는 것을 확인되었다. 특히, 시술 후 서비스는 고객 만족도와 재방문에 크게 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이와 같은 결과를 통해 병원비용의 합리성과 의사의 시술 능력은 물론 직원의 서비스에도 전반적인 관심을 기울여야 할 것으로 사료되어 진다.

본 연구는 향후 의료미용 서비스의 품질을 높이고, 의료미용 병원의 마케팅 방향을 확인하는 학문적 자료로써 가치가 있다고 판단되어지며, 추후 지역에 따른 다각적이고 종합적인 후속 연구가 행해져야 함을 제언하고자 한다.

REFERENCES

[1] Y. O. Park. (2003). *A Study on the Decision Making for Medical Service : A Study on the Aesthetic Plastic Surgery*. Master's degree dissertation. Kyung Hee University, Seoul.

[2] S. J. Byun. (2011). *(A)Study on the Future Direction of Skin Care through the Comparison of Usefulness and Recognition of Cosmetic Plastic Surgery and Skin Care*. Master's degree dissertation. HanSung University, Seoul.

[3] H. S. Eom. (2007). *The perception of the face as a non-conscious and cosmetic surgery*. Doctoral dissertation. KyungHee University, Seoul.

[4] J. H. Kim & W. S. Choi. (2013). Relationship Marketing Activities, Commitment to Relationship Factors Impact on Customer Satisfaction: Focusing on Medical and Beauty Services. *RBE*, 26(4), 1765-1786.
UCI : <http://uci.or.kr/G704-001438.2013.26.4.020>

[5] M. J. Rho, W. S. Suh & J. Kwon. (2013). Medical Service Factors Associated with Patient Satisfaction: The Difference between Inpatient and Outpatient of A Medium-sized Hospital. *Journal of Digital Convergence*, 11(2), 331-339.
UCI : <http://uci.or.kr/G704-002010.2013.11.2.018>

[6] K. D. Bopp. (1990). How patients evaluate the quality of ambulatory medical encounters: a marketing perspective. *J Health Care Mark*, 10(1), 6-15.

[7] Y. J. Cho. (2007). *the value of beauty service has a direct effect on customers' satisfaction and their intention to revisit of research*. Master's degree dissertation. SookMyung University, Seoul.

[8] H. R. Shin & J. H. Mo. (2018). The Effects of Job Demand in Medical Estheticians on Expertise and Job Satisfaction: A Focus on the Manipulating Role of Job Resources. *Journal of Digital Convergence*, 16(1), 453-461.
DOI : <http://doi.org/10.14400/JDC.2018.16.1.453>

[9] E. K. Sim. (2015). The Correlation between Job Stress and Service Quality of Employees in the Medical Beauty

Service Industry. *The Korean Society of Cosmetology*, 25(1), 12-20.
 UCI : <http://uci.or.kr/G704-001852.2015.21.1.004>

[10] H. J. Lee & Y. S. Yoon. (2016). Promoting Medical Cosmetic Services and Check-ups Based on Segmentation Analysis. *Korea Logistics Review*, 26(1), 141-153.
 UCI : <http://uci.or.kr/G704-001067.2016.26.1.008>

[11] J. Jang, S. W. Ahn & S. Y. Park. (2013). The Effects of Quality Perception of Medical Service on Satisfaction: Among the Chinese Medical Tourists for Plastic Surgery. *Korean Academy on Communication in Healthcare*, 8(1), 52-60.
 DOI : <http://doi.org/10.15715/kjhcom.2013.8.1.52>

[12] K. M. Park, J. H. Yang & D. M. Jang. (2015). The Effects of Hospital Choice Factors on Customer Satisfaction and Revisiting Intention in General Hospitals. *Jour. of KoCona*, 15(8), 375-388.
 DOI : <http://doi.org/10.5392/JKCA.2015.15.08.375>

[13] S. K. Park. (2009). *A study on the effect of hospital image and medical service quality of medicalservice reuse*. Doctoral dissertation. Youngnam University, Gyeongsangbuk-do Province.

[14] E. H. In. (2003). *(A) study on Hospital Choice Factors and Satisfaction : Analysis of cosmetic surgery patients*. Master's degree dissertation. HanYang University, Seoul.

[15] J. Y. Lee. (2016). *Impact of Dissatisfaction with Aesthetic Medical Service on Revisit*. Master's degree dissertation. Konkuk University, Seoul.

[16] S. N. Hong. (2013). A Study on Korean Females' Satisfaction with and Thoughts on their Appearance Management Attitude According to Cosmetic Surgery. *Journal of Basic Design & Art*, 14(3), 347-355.
 UCI : <http://uci.or.kr/G704-001069.2013.14.3.002>

[17] Y. A. Lee. (2014). A Study of Correlations among Perception of Service Quality, Satisfaction and Customer Loyalty among Beauty Salon Customers - Focusing on the moderating effects of hairdo involvemem. *J. kor. Soc. B&A*, 15(4), 121-130.
 UCI:<http://uci.or.kr/G704-SER000008940.2014.15.4.016>

[18] J. C. Nunnally. (1967). *Psychometric Theory*. New York, McGraw Hil.

[19] S. H. Choi. (2012). *(A) study on the patients' satisfaction at medical service and intention of reuse of hospita* Master's degree dissertation. HanYang University, Seoul.

[20] E. M. Noh. (2018). Convergence Study of Servicescape and Human Services on the Perceived values and Customer Satisfaction. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(1), 325-330.
 DOI : <http://doi.org/10.15207/JKCS.2018.9.1.325>

김민희(Kim, Min Hee)

[학생회원]



- 2017년 8월 : 건국대학교 향장학과(향장석사)
- 관심분야 : 피부미용, 메디컬 스킨케어
- E-Mail : xoxonin0210@naver.com

유선희(You, Seon hee)

[정회원]



- 2016년 2월 : 건국대학교 생물공학과(이학박사)
- 2017년 8월 ~ 현재 : 연성대학교 뷰티스타일리스트과 스킨케어 전공 외래교수
- 2018년 4월 ~ 현재 : 동남보건대학교 피부미용과 겸임교수
- 관심분야 : 피부미용, 화장품
- E-Mail : yoush4843@naver.com

리순화(Li, Shun Hua)

[정회원]



- 2002년 7월 : 요녕중의약대학교 면역학(의학석사)
- 2008년 7월 : 요녕중의약대학교 장상학(의학박사)
- 2004년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 교육대학원 교수
- 관심분야 : 뷰티, 교육
- E-Mail : lixiao@konkuk.ac.kr