

스크린골프의 서비스품질이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향

임영삼[†]

중원대학교, 교수

(2020년 7월 28일 접수: 2020년 8월 31일 수정: 2020년 8월 31일 채택)

The Effect of Service quality on Customer satisfaction and Behavior intention of Screen Golf

Young-Sam Lim[†]

Jungwon Univ., Professor

(Received July 8, 2020; Revised August 25, 2020; Accepted August 26, 2020)

요약 : 국내 스크린골프의 서비스품질이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향력을 이론적으로 규명하여 서비스품질에 대한 중요성을 강조하는 한편, 서비스품질과 행동의도 간에 고객만족이 어떠한 매개적 역할을 하는지를 확인하고자 하였다. 따라서 스크린골프 경험이 있는 20세 이상 성인을 대상으로 설문조사를 수행하였으며, 총 485명의 자료를 최종 분석에 사용하였다. 자료처리는 SPSS statistics 20 통계분석 프로그램을 이용하여 조사대상자 특성을 파악하기 위한 빈도분석, 조사도구의 타당도 및 신뢰도 검증을 위한 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석, 요인 간의 관계 및 영향력을 알아보기 위한 상관분석, 단순회귀와 다중회귀 분석을 실시하였다. 분석결과 첫째, 스크린골프 서비스품질은 시설, 서비스, 인적 자원, 가격 순으로 고객만족 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 둘째, 스크린골프 고객만족은 행동의도 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 스크린골프 서비스품질은 시설, 가격, 서비스, 인적 자원 순으로 행동의도 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다.

주제어 : 스크린골프, 서비스, 서비스품질, 고객만족, 행동의도

Abstract : The purpose of this study was to examine the effect of service quality on customer satisfaction and behavior intention of screen golf. Also emphasized the importance of service quality and tried to identify the mediating role between customer satisfaction and behavior intention. The 485 person who experienced purchasing behavior of screen golf were analyzed and chosen from located in Korea. For the purpose of this study, frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, simple regression and multiple regression analysis of SPSS Statistics ver. 20 were performed. The research results of this study indicate that First, service quality had a significant influence on customer satisfaction in order of facilities, services, human resources and

[†]Corresponding author
(E-mail: lysgolf@jwu.ac.kr)

prices. Second, customer satisfaction had a significant influence on behavior intention. Third, service quality had a significant influence on behavior intention in order of facilities, price, service and human resources.

Keywords : screen golf, service, service quality, customer satisfaction, behavior intention

1. 서론

현대 과학의 발전으로 이룩한 가상현실 기술이 다양한 분야에서 활용되고 있는 가운데 최근 스포츠 분야에서도 이와 같은 가상현실 환경을 구현한 다양한 게임이 등장하고 있다. 그 중 국내 스포츠 시장을 급성장 시키며 안정적으로 정착된 스포츠는 골프 시뮬레이션 시스템을 이용한 스크린 골프이다[1].

스크린 골프란 시간, 계절, 장소에 구애받지 않고 실내에서 즐길 수 있는 대표적인 스포츠로서, 공의 구질, 방향, 거리, 헤드 스피드, 볼의 스핀량, 스윙궤도, 볼의 탄도 등을 체크할 수 있으며 실전 라운딩과 같은 느낌을 받을 수 있는 스포츠로 각광받고 있다. 현대 사회의 실효성과 편리성을 고려한 스크린 골프는 국내의 유명한 골프장을 스크린 골프시스템에 담아 실제에 가까운 환경설정과 초보자들도 쉽게 접할 수 있고, 이를 통해 자연스럽게 기본적인 골프 룰을 습득할 수 있다. 더불어 필드 환경이 조성되어 있어 적당한 긴장감을 유지하며 샷을 할 수 있다는 강점으로 인기를 누리며 많은 골퍼들에게 라운딩의 대리만족과 흥미·재미적인 요소를 이끌어내고 있다[2]. 이런 장점들은 스크린골프 산업의 발전 및 활성화를 가져왔고, 다양한 놀이문화와 결합하면서 우리사회의 새로운 형태인 고급 엔터테인먼트로 자리 잡아가고 있다[3].

하지만 스크린골프의 급격한 발전은 많은 브랜드들의 치열한 경쟁과 업체의 포화로 인한 시장 과다기로 과다경쟁을 가속화시키고 있다[4]. 즉, 스크린 골프장의 과도한 개장으로 인한 경쟁심화로 인해 차별화된 고객서비스 제공이라는 과제에 직면하고 있는 시점이라고 볼 수 있다. 서비스는 많은 부분이 직원과의 상호작용과 관련되며, 심리적·인적 결과물을 제공하기 때문에 어떠한 기업도 서비스의 실패로부터 자유로울 수 없다[5].

이러한 현상으로 인해 학계에서는 서비스품질

측정하고 평가한다. 제시하고 있는 서비스품질이란 서비스를 제공받는 소비자가 기대한 서비스와 서비스를 받은 후 지각된 서비스 간의 차이 비교를 통해서 인식되고 판단이 되는 주관적인 평가로 이해할 수 있다[6].

스크린골프장의 서비스 품질을 중심으로 진행한 선행연구들을 살펴보면, 서비스 품질을 통해 고객들의 만족을 이끌어 낼 수 있고, 고객들의 만족도를 통해 지속적인 관계가 가능하다고 하였으며[3], 스크린 골프장의 시설과 분위기 그리고 실내 공간 배치와 함께 다양한 서비스, 인적자원, 가격 등을 포함한 서비스 품질의 개선 노력을 통해 호의적인 신뢰를 형성시켜야 한다고 주장하면서 스크린골프 이용집단의 서비스 품질을 꾸준히 측정할 필요가 있다고 했다[7].

고객만족은 스크린골프 경험한 고객의 긍정적인 요소로서 상호작용에 기인한 전체적인 평가로[8] 구매 또는 경험을 하기 전에 지녔던 기대가 얼마나 일치하였는지에 대한 개념으로 이해할 수 있다[1]. 이에 고객만족이 증가하게 되면 고객들은 더 강한 구매의도로 재방문율이 증가하게 되고, 긍정적인 구전으로 고객확보에 이점을 가져갈 수 있다[9].

곧 긍정적으로 인식되는 서비스 품질은 고객만족으로 이어지고, 고객만족은 구매와 재구매, 긍정적인 구전으로 이어지는 행동의도를 유발시킬 수 있을 것이다[10]. 이와 관련된 선행연구에서는 스크린골프장의 서비스 품질이 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 주장한 연구와[11] 고객만족이 재구매 행동에 영향을 미친다고 보고한 연구[7, 12]에서도 확인할 수 있다.

따라서 본 연구는 국내 스크린골프의 서비스 품질이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향력을 이론적으로 규명하여 스크린골프 운영에 핵심적인 요소인 서비스 품질에 대한 중요성을 강조하는 한편, 서비스 품질과 행동의도 간에 고객만족이 어떠한 매개적 역할을 하는지를 확인하고자 한다. 또한 본 연구를 통해 스크린골프 운영의 효율성

을 높여 경쟁의 우위를 점할 수 있는 차별화 전략 수립에 서비스품질의 어떠한 요인들이 더욱 중요한지에 대한 기초자료를 제공하는데 의의가 있다고 할 수 있다.

2. 연구방법

2.1. 조사대상

본 연구는 스크린골프 경험이 있는 20세 이상 성인을 표본으로 선정하였으며, 2019년 7월 1일부터 12월 31일까지 조사를 수행하였다. 표집방법은 비확률 표본추출 방법 중 편의표본 추출 방법을 선택하여 진행하였으며, 자기평가 기입법으로 작성하도록 하였다. 조사원을 통해 회수된 설문지 중 신뢰성이 부족하다고 판단된 설문지를 제외한 총 485명의 설문지를 최종 자료 분석에 이용하였으며, 조사대상자의 특성은 다음 <Table 1>과 같다.

2.2. 조사도구

본 연구의 조사도구는 설문지이다. 스크린골프 서비스품질은 서비스 품질을 대상으로 진행한 선행연구들[2, 3, 13]의 설문지 문항을 기초로 스크린골프의 특성에 적합하도록 수정 보완하여 구성하였으며, 고객만족도와 행동의도 역시 만족도와 행동의도를 중심으로 진행한 연구[14, 15]의 설문 문항을 바탕으로 목적에 부합하게 수정하여 사용하였다. 조사대상자 특성은 성별, 연령, 지역 문항으로 구성하였다. 또한 각 요인의 문항은 5점 리커트(likert) 척도를 사용하여 '매우 그렇지 않다' 1점, '보통이다' 3점, '매우 그렇다' 5점으로 구성하였다.

2.3. 타당도 및 신뢰도

타당도는 탐색적 요인분석을 실시하여 검증하였다. 인자구조의 단순화를 위해 직교회전 방법 중 베리맥스 방식을 활용하여 요인회전을 하였고, 적재 값은 .5 이상 기준으로 하였다. 신뢰도 분석은 문항 간 내적일관성을 확인하는 Cronbach's α 계수를 산출하여 검증하였다.

Table 1. Characteristics of the sample

Classification	Items	Frequency(%)
Gender	Male	329(67.8)
	Female	156(32.2)
Age	20-29 years	40(8.2)
	30-39 years	154(31.8)
	40-49 years	169(34.8)
	Over 50 years	122(25.2)
	Seoul	212(43.7)
Area	Gyeonggi-do	151(31.1)
	Chungcheong-do	122(25.2)

Table 2. Content of questionnaire configuration

Variables	Items	Question number
Characteristics	Gender, Age, Area	3
	Facilities	6
Service quality	Service	5
	Human resources	4
	Price	4
Customer satisfaction	Fee, Benefit, Enjoyment, Relation, Participation	5
Behavior intention	Purchase, Recommend other person, Talk to positive	3
	Total	30

Table 3. Results of exploratory factor analysis

Variables	Items	1	2	3	4	Cronbach's α
Service quality	Number of game rooms	.519	.295	.340	.143	.763
	Screen golf space	.592	.165	.211	.129	
	Golf ball condition	.642	.201	.162	.072	
	Auxiliary facilities	.660	.121	.093	.181	
	Parking facilities	.653	.061	.159	.181	
	Cleanliness	.539	.071	.160	.275	
	Event	.040	.214	.283	.598	.705
	Reservation time	.183	.157	.134	.625	
	Operating time	.270	.163	.020	.651	
	Game program	.267	.172	.082	.634	
	Online and mobile information	.234	.088	.289	.508	.743
	Appearance and attire	.176	.701	.276	.024	
	Kindness	.215	.712	.101	.208	
	Professionalism	.251	.695	.074	.172	
	Responsibility	.001	.608	.285	.295	
	Screen game fee	.173	.297	.701	.108	
	Appurtenant facility fee	.221	.145	.708	.188	.737
	Monthly dues	.252	.074	.665	.112	
	Lesson cost	.218	.296	.540	.232	
Eigen value		2.749	2.367	2.334	2.289	
Variance(%)		14.468	12.456	12.285	12.048	
Cumulative(%)		14.468	26.925	39.209	51.257	

Table 4. Results of exploratory factor analysis

Variables	Items	1	Cronbach's α	
Customer satisfaction	Fee	.701	.703	
	Benefit	.609		
	Enjoyment	.670		
	Relation	.706		
	Participation	.650		
	Eigen value		2.233	
	Variance(%)		44.662	
Cumulative(%)		44.662		

스크린골프의 서비스품질 탐색적 요인분석 결과, <Table의 3>과 같이 시설 6개, 서비스 5개, 인적 자원 4개항, 가격 4개의 하위요인으로 구성되었고, 4개요인 19개 문항의 전체 분산 설명력은 51.257%로 나타났다. 또한 신뢰도 분석 결과, 시설 $\alpha=.763$, 서비스 $\alpha=.705$, 인적 자원 $\alpha=.743$, 가격 $\alpha=.737$ 로 나타나 타당도 및 신뢰도가 확보되었다.

스크린골프의 고객만족 탐색적 요인분석 결과, <Table의 4>와 같이 5개 문항 단일요인으로 구성되었고, 전체 분산 설명력은 44.662%로 나타났다. 또한 신뢰도 분석 결과, $\alpha=.703$ 로 나타나 타당도 및 신뢰도가 확보되었다.

스크린골프의 행동의도 탐색적 요인분석 결과, <Table의 5>와 같이 3개 문항 단일요인으로 구성되었고, 전체 분산 설명력은 79.549%로 나타

Table 5. Results of exploratory factor analysis

Variables	Items	1	Cronbach's α
Behavior intention	Purchase,	.721	.865
	Recommend other person	.966	
	Talk to positive	.966	
Eigen value		2.386	
Variance(%)		79.549	
Cumulative(%)		79.549	

Table 6. Results of correlation

	1	2	3	4	5	6
Facilities	1					
Service	.557**	1				
Human resources	.503**	.477**	1			
Price	.590**	.517**	.557**	1		
Customer satisfaction	.582**	.558**	.521**	.548**	1	
Behavior intention	.454**	.386**	.375**	.433**	.548**	1

**p<.01

났다. 또한 신뢰도 분석 결과, $\alpha=.865$ 로 나타나 타당도 및 신뢰도가 확보되었다.

2.4. 자료처리 방법

본 연구는 SPSS statistics ver. 20 통계분석 프로그램을 이용하여 자료처리를 하였다. 자료처리는 조사대상자 특성을 파악하기 위한 빈도분석, 조사도구의 타당도 및 신뢰도 검증을 하기 위한 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석, 변인 간의 관계 및 영향력을 알아보기 위한 상관 분석, 단순회귀 분석과 다중회귀 분석을 실시하였다.

3. 결과 및 논의

3.1. 상관관계

각 변인들 간의 관계 및 방향성을 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 분석결과, 스크린골프 서비스품질 4개요인, 고객만족 단일요인, 행동의도 단일요인, 총 6개요인 모두 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

3.2. 스크린골프 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향

스크린골프 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 분석하기 위해 실시한 다중회귀 분석결과, 서비스품질 4개 하위요인 모두 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 시설($\beta=.256$, $t=5.705$), 서비스($\beta=.240$, $t=5.653$), 인적자원($\beta=.182$, $t=4.329$), 가격($\beta=.171$, $t=3.793$) 순으로 나타났다. 또한 서비스품질의 독립변인이 고객만족의 종속변인에 미치는 설명력은 46.7%로 나타났다.

이와 같은 결과는 서울 지역의 스크린골프 참여자를 대상으로 진행한 연구[4]가 서비스품질의 대부분의 하위요인이 참여자의 만족에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 보고하여 본 결과를 지지해주고 있으며, 선행연구[3]가 본 결과와 일치된 결과를 통해 앞으로는 시간적 제약을 피하고 보다 간편하면서도 흥미로운 콘텐츠를 즐기려는 고객의 성향을 고려하여 다양한 형태의 서비스를 도입할 필요가 있다고 주장한 바 있다.

Table 7. Results of regression analysis

Dependent variable	Independent variable	b	s.e	β	t	p
Customer satisfaction	(constant)	.868	.129		6.730	.001
	Facilities	.244	.043	.256	5.705	.001
	Service	.225	.040	.240	5.653	.001
	Human resources	.147	.034	.182	4.329	.001
	Price	.147	.039	.171	3.793	.001
	R2=.467, F=107.095(.001)					

Table 8. Results of regression analysis

Dependent variable	Independent variable	b	s.e	β	t	p
Behavior intention	(constant)	1.122	.165		6.791	.001
	Customer satisfaction	.674	.047	.548	14.403	.001
R2=.299, F=207.458(.001)						

Table 8. Results of regression analysis

Dependent variable	Independent variable	b	s.e	β	t	p
Behavior intention	(constant)	1.079	.187		5.775	.001
	Facilities	.271	.062	.232	4.378	.001
	Service	.132	.058	.114	2.288	.023
	Human resources	.103	.049	.105	2.108	.036
	Price	.189	.056	.179	3.365	.001
	R2=.260, F=43.498(.001)					

3.3. 스크린골프 고객만족이 행동의도에 미치는 영향

스크린골프 고객만족이 행동의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 실시한 단순회귀 분석결과, 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 고객만족의 독립변인이 행동의도의 종속변인에 미치는 설명력은 29.9%로 나타났다.

본 결과는 스크린골프의 서비스품질을 통한 고객만족이 증가할수록 구매를 이끄는 행동의도에 긍정적인 영향을 미친다고 해석할 수 있겠다. 또한 고객만족이 구매행동에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 보고한 연구[1]에서는 고객들이 스크린골프장을 이용한 후 느끼는 서비스 시설 등에 대한 만족감을 증가시키기 위해서는 각 스크린골프 기업의 가맹점 직원들의 서비스 및 고객 관리 교육 등이 필요하며, 시설 관리에 많은 노력을 기울여야 한다고 하였다.

3.4. 스크린골프 서비스품질이 행동의도에 미치는 영향

스크린골프 서비스품질이 행동의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 실시한 다중회귀 분석결과, 서비스품질 4개 하위요인 모두 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 시설($\beta = .232, t=4.378$), 가격($\beta = .179, t=3.365$), 서비스($\beta = .114, t=2.288$), 인적 자원($\beta = .105, t=2.108$)순으로 나타났다. 또한 서비스품질의 독립변인이 행동의도의 종속변인에 미치는 설명력은 26%로 나타났다.

이러한 결과는 재방문, 재이용, 구전, 추천 등과 같은 행동의도가 서비스품질에 긍정적 영향을 받을 수 있다는 결과를 도출한 선행연구[16]가 본 결과를 지지해주고 있다. 또한 이들은 스크린골프의 경우, 기술력이 많이 좋아지고는 있으나, 실전 필드와 비교해서는 실재감에 한계가 있다고 하면서 3D, 가상현실 개발 등의 지속적인 연구가 필요하다고 하였다.

이상의 결과를 종합하면 스크린골프의 서비스 품질 시설, 서비스, 인적 자원, 가격 요인은 고객 만족을 매개적 역할로 하여 행동의도에 영향을 미치고 있으나, 행동의도에도 직접적으로 영향을 미치는 중요한 변인임이 확인됐다. 따라서 스크린골프 시장의 확대 및 유지를 위해서는 고객들이 편리하게 이용할 수 있는 시설과 서비스, 전문성을 지닌 인적 자원의 확보가 절대적이라고 볼 수 있겠다. 또한 최근 IT 기술 등의 발달을 고려하여 스크린골프와의 융합을 통해 보다 확고한 시장 점유율을 증가시켜야 할 것으로 보인다.

4. 결론 및 제언

본 연구는 국내 스크린골프의 서비스품질이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향력을 이론적으로 규명하여 스크린골프 운영에 핵심적인 요소인 서비스품질에 대한 중요성을 강조하는 한편, 서비스품질과 행동의도 간에 고객만족이 어떠한 매개적 역할을 하는지를 확인하고자 하였다. 이러한 목적을 달성하기 위해 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 스크린골프 서비스품질은 시설, 서비스, 인적 자원, 가격 순으로 고객만족 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 스크린골프 고객만족은 행동의도 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다.

셋째, 스크린골프 서비스품질은 시설, 가격, 서비스, 인적 자원 순으로 행동의도 요인에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

본 연구는 국내 스크린골프 고객들 중 서울, 경기도, 충청도에 거주하고 있는 20세 이상 성인을 표본으로 선정하여 연구를 진행하였다. 하지만 현재 국내에서 스크린골프 시장이 전국적으로 확산된 시점에 따라 본 결과를 모든 지역과 일반화하기에는 무리가 있을 것으로 사료된다. 따라서 추후 연구에서는 기타 지역의 조사와 더불어 비교 분석을 실시한다면 보다 구체적인 결과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

References

1. B. S. Koo, J. H. Shin, C. Y. Kim, "The effect of brand equity on customer satisfaction and purchasing behavior in the Korea screen golf clubs", *Journal of the Korean Data Analysis Society*, Vol.15, No.2 pp. 1099-1113, (2013).
2. H. J. Lee, "Effect of the service quality on customer satisfaction and repurchase behavior in the Korea screen golf clubs", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.46 pp. 117-126, (2011).
3. D. Y. Park, K. H. Yoo, "Affect the quality of service of the screen golf on customer satisfaction and loyalty", *The Korean Journal of Sport*, Vol.14, No.3 pp. 459-469, (2016).
4. Y. G. Lee, M. S. Sul, "Screening effects of service quality on customer satisfaction", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.42, No.1 pp. 421-430, (2010).
5. J. H. Chin, Y. S. Ma, "A study on the structural model of screen golf consumers perceived quality, service value, consumer satisfaction and image", *Journal of Korean Association of Physical Education and Sport for Girls and Women*, Vol.28, No.4 pp. 207-219, (2014).
6. Gronroos, C, "A service quality model and its marketing implications", *Journal of Marketing*, Vol.18, No.4 pp. 36-44, (1984).
7. M. S. Sul, J. W. Lim, "The relationship between the service quality of the screen golf course and customer satisfaction and repurchase intention", *Korean Journal of Sports Science*, Vol.26, No.4 pp. 537-547, (2017).
8. H. R. Kim, J. H. Song, "Effects of the servicescape on customer satisfaction and behavioral intention in the screen golf clubs", *Korean Journal of Golf Studies*, Vol.7, No.2 pp. 98-109, (2013).

9. M. S. Suh, "Affecting relations to customer satisfactions from the servicescape, relevant behavioral factors from relationship quality: on the airline service", *Journal of Korea Service Management Society*, Vol.13, No.1 pp. 283-314, (2012).
10. C. S. Hwang, "The effect of user satisfaction on reuse intention of screen golf products by lifestyle of customers in screen golf clubs", *Korean Journal of Sports Science*, Vol.26, No.1 pp. 273-283, (2017).
11. S. W. Seol, Y. H. Kim, "Influence of service quality to screen golf club on customer satisfaction & intention to re-visit", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.41 pp. 255-263, (2010).
12. S. K. Kim, B. H. Seo, T. Y. Lee, "Study on the structural relationship between the fairness of service recovery recognized by the users of indoors screen golf club and the customer trust, customer satisfaction, and purchase behavior", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.53 pp. 233-243, (2013).
13. Y. K. Kim, "The effect of service quality of Korean fitness center on brand integrity and loyalty", *The Korean Journal of Sport*, Vol.15, No.4 pp. 209-217, (2017).
14. J. H. Shin, T. H. Kim, "The casual relationship analysis among of servicescape of youth soccer competition, participation satisfaction and behavior intention", *The Korean Journal of Sports Science*, Vol.29, No.2 pp. 599-610, (2020).
15. Y. T. Kwon, J. H. Shin, "The effect of participation motivation on leisure riding on consumer value and purchase behavior", *The Korean Journal of Sports Science*, Vol.29, No.2 pp. 599-610, (2018).
16. S. M. Shin, S. C. Ok, "Participation of Park Golfers with Physical Disabilities on Leisure Involvement and Exercise Commitment", *The Korean Journal of Sport*, Vol.15, No.1 pp. 79-89, (2017).