Original Article

대한영양사협회 학술지
J Korean Diet Assoc 30(1):29-40, 2024
https://doi.org/10.14373/JKDA.2024.30.1.29

# COVID-19 엔데믹 상황에서 소비자들의 레스토랑 방문의도에 관한 연구

윤현주 · 이지혜†
울산대학교 식품영양학전공

# A Study on the Consumers' Intention to Visit Restaurants in COVID-19 Endemic

Hyun Ju Yun · Jee Hye Lee†
*Dept. of Food Science and Nutrition, University of Ulsan, Ulsan 44610, Korea*

## ABSTRACT

Coronavirus disease-2019 (COVID-19) has led to a decline in restaurant visits, which in turn has changed the decision-making process of consumers. This study aimed to investigate the factors influencing visit intention during the COVID-19 endemic by employing the expanded theory of planned behavior. A total of 291 samples were collected through an online survey for the analysis. Confirmatory factor analysis, correlation analysis, and structural equation path analysis were performed on the collected data using the Analysis of Moment Structures (AMOS) statistical program. The findings of the study revealed the positive effects of attitude and perceived behavioral control and the negative effects of subjective norms on desire. Second, desire played a mediating role between antecedent variables (attitude, subjective norm, perceived behavioral control) and the visit intention. These findings are meaningful in that they expand the theory of planned behavior during the COVID-19 endemic based on factors that affect visit intention.

**Key words** : extended theory of planned behavior, COVID-19 endemic, restaurant, hygiene, desire, visit intention

## 서 론

COVID-19 팬데믹에 의해 외식산업의 경기가 위축됨에 따라 국내 외식산업 역시 전례 없는 충격과 위기를 맞고 있다. 이런 상황에서 사람들은 방역을 위한 사회적 거리두기나 봉쇄 정책들이 시행되고 외식과 같은 비필수 산업에 제약이 생기자 대면활동을 줄이기 시작하였다(Chakraborty & Maity 2020). 이에 사회 구성원들의 여가 및 일상생활에 많은 변동이 생겼고, 사회적 거리를 유지한 상황에서 식사를 할 수 있는 포장이나 배달 문화가 발전되는 등 식문화가 변화

This work was supported by the 2022 Research Fund of University of Ulsan.
접수일 : 2024년 1월 16일, 수정일 : 2024년 2월 7일,
채택일 : 2024년 2월 7일
† Corresponding author : Jee Hye Lee, Department of Food Science and Nutrition, University of Ulsan, 93 Daehak-ro, Nam-gu, Ulsan 44610, Korea
Tel : 82-52-259-2371, Fax : 82-52-259-1698
E-mail : leejh1@ulsan.ac.kr
ORCID : https://orcid.org/0000-0003-3750-1370

하였다. 또한, 소비자들의 외식 소비가 급감하였으며(Baker 등 2020; Ozili & Arun 2023), 위생과 직결되는 레스토랑은 COVID-19의 부정적인 영향을 더 많이 받았다. 이러한 현상은 매출 감소로 이어졌고 그에 따라 폐업에 이른 업체도 생겼다(Nam & Yang 2016; Jung 2022). 그리고 약 3년 만에 COVID-19 팬데믹은 엔데믹으로 바뀌면서 외식산업의 경기 회복을 기대하고 있다(Park 2023).

COVID-19 이전에는 소비자들이 레스토랑을 선택할 때 음식이나 서비스를 중요한 요인으로 여겼다면, COVID-19 이후 방역, 위생에 대한 관심이 증가하여 소비자들의 레스토랑 방문의도가 변화하고 있는 것으로 나타났다(Yost & Cheng 2021). COVID-19 이후 소비자들은 레스토랑 방문을 자제하였고(Kashif 등 2020; Yun & Lee 2022), 혼자서 식사를 하는 경우가 증가한 것으로 나타났으며(Yun & Lee 2022) 온라인 식품 구매가 증가하였다(Dannenberg 등 2020). 소비자들은 비용을 고려하기보다 건강이나 안전을 더 주요한 사안으로 생각하고 있으며, 외식이나 여행과 같은 비필수 소비를 제한하고 좀 더 필수적인 소비에 투자하는 등 소비방식이 변화하고 있다(Yost & Cheng 2021). 또한, 소비자들은 어떤 제품을 어떻게 구매할 것인가에 대해 고려하는 등 구매 선호도가 바뀌었다(Zwanka & Buff 2021). 이처럼 COVID-19 이후 외식과 관련된 선행연구를 살펴보면 소비자들의 외식 소비 형식이 변화된 것을 확인할 수 있다. COVID-19는 여전히 여러 산업에 직간접적으로 영향을 끼치고 있으므로(Jegal 등 2020) 차후 다른 전염병으로 인한 위기가 닥쳤을 때, 외식 관련 종사자들 및 연구자들에게 소비자들의 행동을 이해하고 예측하는 연구가 필요한 실정이다. 소비자의 인식을 빠르게 이해하고 변화에 적응하지 못하는 경우 외식산업에서 도태되는 상황이 불가피한 실정이기 때문에(Jung 2022), COVID-19 엔데믹 시점에 소비자들의 소비 행동과 심리에 대한 연구의 필요성이 커지고 있으며(Park 2023), 레스토랑 방문객들의 니즈를 잘 탐색하여 레스토랑 재방문율을 증가시킬 수 있다면 COVID-19로 인해 침체된 외식업계에 도움을 줄 수 있을 것으로 예상된다.

따라서 본 연구는 COVID-19 엔데믹이라는 특정 상황에서 확장된 계획행동이론을 적용한 소비자들의 레스토랑 방문의도 검증 연구로써, 본 연구의 목적을 다음과 같이 설정하였다. 첫째, 인지적 요인인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 위생이 열망에 미치는 영향력을 알아보고자 한다. 둘째, 열망이 행동의도에 미치는 영향을 확인 하고자 한다. 셋째, 열망이 선행변수들과 행동의도 간 매개역할로써 수행가능성을 알아보고자 한다. 넷째, 실증 분석 결과를 바탕으로 COVID-19 엔데믹 시대의 레스토랑 마케팅 전략을 세우는 데 실무적 시사점과 연구 방향을 제시하고자 한다.

## 연구방법

### 1. 연구 모형 및 가설 설정

본 연구에서는 연구 대상자들이 COVID-19 엔데믹 상황에도 레스토랑 방문을 위한 의사결정 과정에 영향을 미치는 요인들을 확인하기 위하여 확장된 계획행동이론을 통해 제시된 개념 간의 관계를 규명하고자 하였다. 계획행동이론은 외식 분야에서 소비자들의 행동의도를 결정하는 과정을 자세히 이해하기 위하여 여러 연구에 적용되었고 그 타당성을 입증해왔다(Kim 등 2013; Tommasetti 등 2018). 하지만 충동적인 인간의 행동을 설명하기에 제한적이라는 문제점을 보완하기 위하여(Yoon 2011). 본 연구에서는 COVID-19 이후 소비자들이 위생에 대한 관심이 높아졌음에(Ahn & Cho 2020; Yun & Lee 2022) 주목하여, 위생이라는 새로운 변수를 추가였고, '행동동기'를 설명하기 위한 감정적 요인으로 열망이라는 변수를 추가하여 검증하고자 한다.

계획행동이론(theory of planned behavior, TPB)은 특정 행동을 수행하기 위한 소비자들의 행동의도를 알아보는 이론이며 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제라는 주요 변수를 토대로 소비자들의 의사결정과

정을 이해하여 행동의도를 예측하기 위한 연구에서 활발히 활용되어 왔다(Ajzen 1991; Casaló 등 2010). 3가지의 주요 핵심 변수 중 첫 번째 변수인 태도(attitude, AT)는 개인의 좋고 싫음에 대한 애호도이며, 주관적 평가를 의미하는 심리적 경향이다(Ajzen 1991; Lee & Park 2012). 긍정적인 태도를 가질수록 행동의도가 높아지며, 결국 특정 행동을 할 가능성이 높아진다(Lee & Kim 2008). 두 번째 핵심 변수인 주관적 규범(subjective norm, SN)은 특정 행동을 수행할 때 개인이 인식하는 사회적 압력(social pressure) 또는 주변의 영향을 의미하고 자신의 판단 기준이 될 수 있는 준거집단(가족, 친구, 직장동료 등)의 인식 및 평가를 의미하며(Ajzen 1991; Cheng 등 2006) 주변 사람들이 가진 의견은 개인이 행동을 결정하는 데 영향을 미치는 것을 의미한다(Karahanna 등 1999; Pavlou & Fygenson 2006). 세 번째 핵심 변수인 지각된 행동통제(perceived behavioral control, PBC)는 특정한 행동에 대해 개인이 인지하는 능력 정도를 의미하며 특정한 행동을 수행할 수 있는 능력에 대한 확신이다(Song 등 2011). 개인이 행동을 통제할 수 있는지 예측하는 것은 실제로 행동해야 확인 할 수 있기 때문에 지각하는 정도로 예측하고자 하였다(Ajzen & Madden 1986). 마지막으로 Ajzen(1991)은 행동의도(behavior intention, BI)에 대해 자발적으로 행동을 수행하고자 하는 개인의 의사라고 정의하였고 행동의도가 클수록 행동을 수행할 가능성이 커진다고 하였다. 행동의도는 소비자의 의사결정과정을 이해하기 위해 필수적으로 파악해야 하는 행동이론들의 핵심 개념으로써 특정한 행동에 대해 직접적으로 영향을 주는 요인으로 볼 수 있다(Ajzen 2002). 계획행동이론은 여러 연구자들에 의해 우수함이 입증되었지만 모형이 단순하고 변수 간의 설명력이 약하다는 것을 이유로 추가변수의 필요성이 제안되었으며(Lam & Hsu 2004), 이에 따라 계획행동이론 모형의 설명력을 높이기 위해 새로운 변수를 추가하여 확장된 계획행동이론(extended theory of planned behavior, ETPB)으로 발전하였다. 계획행동이론에 즐거움, 열정, 애착도, 사전지식, 지각된 위험, 관여도 등 다양한 변수를 추가한 확장된 계획행동이론에 대한 연구가 활발하게 이루어졌다(Lam & Hsu 2004; Lee & Song 2010; Quintal 등 2010; Yoon 2011; Cho 2014; Jin 등 2016; Tommasetti 등 2018).

한편 레스토랑은 여러 유형이 있는데 본 연구에서는 캐주얼 레스토랑(casual dining restaurants)을 기준으로 삼았다. 캐주얼 레스토랑은 다양한 음식과 음료를 제공하지만 고급 레스토랑에 비해 비교적 간단한 구성이고, 1인당 평균 1만 5천원에서 3만원 사이로 식대를 지불한다(Hwang & Ok 2013). 또한, 계획행동이론이 인지적 측면의 분석을 강조하고 감정적 측면은 간과하여 '동기'의 세부적인 내용을 포함하지 못하는 한계가 있으므로(Perugini & Bagozzi 2001), 감정적 측면을 보완하기 위하여 열망이라는 변수를 추가하고 선행변수와 행동의도 간의 매개효과를 입증하고자 하였다. 열망(desire, DE)은 사람이나 대상, 미래 등을 희망하는 것을 뜻하고(Taylor 등 2005) 목표에 대해 가지는 강렬한 감정이며 특정한 행동을 수행해야 할 이유(reason)가 동기(motive)로 변환되는 것을 말한다(Perugini & Bagozzi 2004). Armitage & Conner (2001)의 메타분석연구에서 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제감이 행동의도보다 열망에 더 높은 설명력을 가진다고 하였고, 열망은 행동의도에 영향을 주는 것으로 분석되었다(Lee 등 2012). 동기적 요소인 열망은 특정 행동을 수행하기 위해 동기로 변환시키는 매개변수이며, 목표행동의 의사결정을 완성시키는 역할을 하므로 소비자들의 레스토랑 방문의도를 예측할 때 더 높은 설명력을 가질 것으로 예측된다. 그리고 또 다른 새로운 변수로 위생 요인을 예측변수로 추가하였는데(Yun & Lee 2022), COVID-19 이후 연구를 살펴보면 소비자들이 위생을 중요한 요소로 생각하고(Ahn & Cho 2020), COVID-19 이전에 비해 COVID-19 이후 위생에 대한 관심이 증가한 것을 알 수 있다(Yun & Lee 2022). 그러므로 위생은 COVID-19 엔데믹 상황에 소비자들의 레스토랑 방문의도에 영향을 줄 것으로 예상하였다. 따라서, 확장된 계획행동이

론의 모형을 적용하여 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제, 위생, 열망 그리고 행동의도 간의 영향 관계를 규명하기 위하여 다음과 같이 연구 가설을 설정하였다.

H1. COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 태도는 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2. COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 주관적 규범은 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3. COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 지각된 행동통제는 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4. COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 위생은 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H5. COVID-19 이후 레스토랑 방문에 대한 소비자들의 열망은 방문의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2. 자료수집

COVID-19 엔데믹에 확장된 계획행동이론을 활용하여 레스토랑 방문에 대한 소비자들의 의사결정과정을 이해하기 위하여 온라인 설문조사를 실시하였다. 본 연구에 사용된 설문지는 확장된 계획행동이론을 중심으로 제시된 변수들의 조작적 정의에 따라 관련된 선행연구에서 사용한 측정 도구를 본 연구 목적에 맞게 보완하여 사용하였다(Chung 2011; Lee 등 2012; Song 등 2012; Park & Ahn 2013; Song 등 2014; Yoon 등 2014; Chang & Kim 2017). 설문지는 일반사항 17문항, 태도 2문항, 주관적 규범 3문항, 지각된 행동통제 3문항, 위생 5문항, 열망 3문항, 행동의도 3문항 등 총 36문항으로 구성하였다. 확장된 계획행동이론의 관련 문항은 리커트(Likert) 7점 척도(전혀 그렇지 않다→매우 그렇다)로 구성하였다.

설문조사는 2022년 7월 5일부터 2022년 7월 13일까지 총 1주간 실시하였고, 설문 조사 기관인 주식회사 마크로밀 엠브레인에 의뢰하여 표본을 추출하였으며, 자료 수집 시 대상자 보호를 위해 울산대학교 생명윤리심의위원회(승인번호:1040968-A-2021-013)의 승인 후 동의를 받았다. 총 300부의 설문지를 회수 후 불성실한 응답을 제외하고 291부만 최종 분석에 사용하였다. 설문 조사 기관은 해당 기관의 가입 회원들에게 E-mail 또는 모바일 휴대폰을 통해서 설문 조사에 응할 것인지 확인한 후, 설문 조사의 참여를 원하는 회원들에게만 설문문항을 제공했다. 대상자가 설문 작성 시 중도포기 하였거나 성실하게 응답하지 않은 경우의 표본은 탈락시켰다.

## 3. 자료분석

통계분석 결과는 SPSS Statistics(ver. 27. IBM Corp., Armonk, NY, USA)와 AMOS(ver. 27. IBM Corp., Armonk, NY, USA)를 이용하여 산출하고 확인적 요인분석, 상관관계 분석, 구조방정식 경로 분석 등을 통해 자료 분석을 진행하며, 통계적 유의성 검정수준은 $P<0.05$로 한다. 먼저 인구통계학적 분석을 위하여 빈도분석을 진행하였고, 측정도구의 타당도와 신뢰도 검증을 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 그리고 확장된 계획행동이론의 요인 간 연관성 측정을 위해 상관관계 분석을 하였으며, 연구 가설을 바탕으로 구조방정식 경로 분석을 수행하였다.

**Table 1.** Demographic characteristics of respondents.

| Construct | | Sample (%) |
|---|---|---|
| Gender | Male | 140 ( 48.1) |
| | Female | 151 ( 51.9) |
| Marital status | Married | 151 ( 51.9) |
| | Single | 140 ( 48.1) |
| Family status (children) | 0 | 131 ( 45.0) |
| | ≤1 | 160 ( 55.0) |
| Age | 20~29 | 61 ( 21.0) |
| | 30~39 | 93 ( 32.0) |
| | 40~49 | 80 ( 27.5) |
| | 50~59 | 57 ( 19.6) |
| Total | | 291 (100.0) |

Values are presented as n (%)

## 결 과

### 1. 인구통계학적 분석

표본의 인구통계 분석에 대한 결과는 Table 1과 같으며, 총 291명(100%)의 연구 대상자 중에서 여자(151명, 51.9%)가 남자(140명, 48.1%)에 비하여 더 많은 것으로 나타났다.

### 2. 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증

이론 검증 확인을 위해 본 연구에서 사용된 측정도구에 대한 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석을 통해 모형적합도(Model fit), 수렴 타당도를 검증하였고, 본 연구에서 사용된 측정도구의 개념 신뢰도 CR은 0.7 이상, 평균 분산 추출 AVE 값 모두 0.5 이상이므로 모든 문항에 있어서 수렴 타당도를 확보하였다. 그 결과는 Table 2와 같다. 또한, 모형의 적합도는 $\chi^2$=326.61(P<0.001), df=137, CMIN/df=2.384,

**Table 2.** Confirmatory factor analysis (CFA) and convergent validity.

| Factors | Items | Std beta | SE[7] | CR[8] | AVE[9] |
|---|---|---|---|---|---|
| AT[1] | I think that visiting the restaurant is positive. | 0.882 | | 0.70 | 0.54 |
| | I think that visiting the restaurant is attractive. | 0.758 | 0.060 | | |
| SN[2] | Most people who are around me understand that I visit restaurants. | 0.835 | | 0.84 | 0.63 |
| | Most people who are around me agree that I visit restaurants. | 0.865 | 0.063 | | |
| | Most people who are around me recommend that I visit restaurants. | 0.840 | 0.065 | | |
| PBC[3] | I am confident that if I want, I can visit the restaurants. | 0.891 | | 0.85 | 0.66 |
| | If I want I can visit restaurants. | 0.796 | 0.051 | | |
| | I am capable of visiting restaurants. | 0.841 | 0.047 | | |
| HG[4] | The restaurant I visited was clean. | 0.827 | | 0.91 | 0.67 |
| | The restrooms in the restaurants I visited were clean. | 0.791 | 0.068 | | |
| | The tableware in the restaurants I visited was clean. | 0.831 | 0.060 | | |
| | The tables at the restaurants I visited were clean. | 0.881 | 0.057 | | |
| | The staff uniforms at the restaurants I visited were clean. | 0.850 | 0.059 | | |
| DE[5] | I wish to visit a restaurant. | 0.851 | | 0.85 | 0.65 |
| | I want to visit a restaurant. | 0.840 | 0.056 | | |
| | I would like to visit a restaurant. | 0.924 | 0.049 | | |
| BI[6] | I intend to visit a restaurant in the near future. | 0.820 | | 0.86 | 0.67 |
| | I am planning to visit a restaurant in the near future. | 0.939 | 0.060 | | |
| | I will certainly invest time to visit a restaurant in the near future. | 0.875 | 0.060 | | |
| $\chi^2$=326.61 (P<0.001), df=137, CMIN/df=2.384, TLI=0.952, IFI=0.962, SRMR=0.038, RMSEA=0.069 | | | | | |

[1] AT: attitude
[2] SN: subjective norm
[3] PBC: perceived behavioral control
[4] HG: hygiene
[5] DE: desire
[6] BI: behavioral intention
[7] SE: standard error
[8] CR: construct reliability
[9] AVE: average variance extracted
All standardized factor loadings are significant at P<0.001

TLI=0.952, IFI=0.962, SRMR=0.038, RMSEA=0.069이므로 최적 모형 기준을 만족하였다.

## 3. 상관관계 분석

Table 3은 상관관계 분석을 나타낸다. 잠재변수들 간의 상관관계를 보기 위하여 Pearson의 적률 상관관계 계수(coefficient of correlation)를 분석하였다. 전반적으로 0.8 이하의 상관관계를 보여주고 있고 AVE값이 0.5 이상으로 나타나 판별타당성이 있는 것을 확인할 수 있었다.

## 4. 가설검증

본 연구에서는 COVID-19 엔데믹에 레스토랑을 방문하는 소비자들의 행동의도를 예측하기 위하여 구조방정식을 이용하여 가설검증을 하였고, 연구모형에서 설정한 경로관계를 검증하여 Table 4, Table 5, Fig. 1

**Table 3.** Discriminant validity for the measurement model.

| | AT | SN | PBC | HG | DE | BI |
|---|---|---|---|---|---|---|
| AT[1)] | **0.54** | | | | | |
| SN[2)] | 0.797** | **0.63** | | | | |
| PBC[3)] | 0.775** | 0.794** | **0.66** | | | |
| HG[4)] | 0.951** | 0.735** | 0.798** | **0.67** | | |
| DE[5)] | 0.613** | 0.606** | 0.672** | 0.596** | **0.65** | |
| BI[6)] | 0.884** | 0.675** | 0.787** | 0.972** | 0.547** | **0.67** |

[1)] AT: attitude
[2)] SN: subjective norm
[3)] PBC: perceived behavioral control
[4)] HG: hygiene
[5)] DE: desire
[6)] BI: behavioral intention
Numbers in the parenthesis indicate squared correlation coefficients
Diagonal bold numbers are average variance extracted (AVEs)
**P<0.01

**Table 4.** Results of the structural equation model.

| | Path | $\beta$[7)] | S.E.[8)] | C.R.[9)] | P-value | B[10)] | SMC[11)] | Status |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| H1 | AT[1)]→DE[2)] | 0.863 | 0.116 | 7.445 | <0.001 | 0.878 | 0.900 | Supported |
| H2 | SN[3)]→DE | −0.219 | 0.102 | −2.149 | 0.032 | −0.196 | | Supported |
| H3 | PBC[4)]→DE | 0.322 | 0.090 | 3.579 | <0.001 | 0.305 | | Supported |
| H4 | HG[5)]→DE | −0.050 | 0.066 | −0.757 | 0.449 | −0.040 | | Unsupported |
| H5 | DE→BI[6)] | 0.910 | 0.054 | 16.932 | <0.001 | 0.967 | 0.935 | Supported |

[1)] AT: attitude
[2)] DE: desire
[3)] SN: subjective norm
[4)] PBC: perceived behavioral control
[5)] HG: hygiene
[6)] BI: behavioral intention
[7)] $\beta$: unstandardized regression coefficient
[8)] S.E.: standard errors
[9)] C.R.: critical ratio (t-square)
[10)] B: standardized regression coefficient
[11)] SMC: squared multiple correlations (R-square, $R^2$)

과 같은 결과를 얻었다. 모형 적합도 지수는 $\chi^2$=335.92 (P=0.001***), df=141, CMIN/df=2.38, TLI=0.95, IFI=0.96, SRMR=0.038, CFI=0.96, RMSEA=0.07로 나타나 수용할 만한 수준으로 분석되었다.

'COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 태도는 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대한 인과관계 분석 결과 경로계수 0.878, t값 7.445로 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타나 가설 1은 채택되었다(P＜0.001). 'COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 주관적 규범은 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대한 인과관계 분석 결과 경로계수 −0.196, t값 −2.149로 유의한 영향을 미쳤지만 가설과 다른 결과를 보여주었으므로 가설 2는 기각되었다(P＜0.05). 'COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 지각된 행동통제는 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대한 인과관계 분석 결과 경로계수 0.305, t값 3.579로 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다(P＜0.001). 'COVID-19 이후 소비자들의 레스토랑 방문에 대한 위생은 방문열망에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대한 인과관계 분석 결과 경로계수 −0.040, t값 −0.757로 통계적 유의성이 검증되지 않아 가설 4는 기각되었다. 'COVID-19 이후 레스토랑 방문에 대한 소비자들의 열망은 행동의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대한 인과관계 분석 결과 경로계수 0.967, t값 16.932로 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타나 가설 5는 채택되었다.

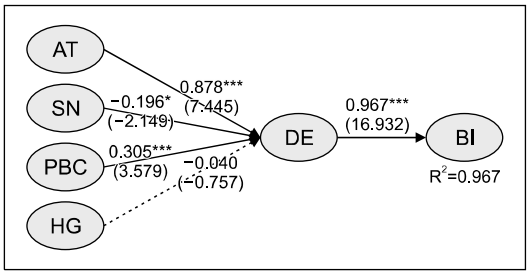


**Figure 1.** Results of the structural equation model (N=291). Goodness-of-fit statistics: $\chi^2$=335.92 (P＜0.001), df=141, P＜0.001, CMIN/df=2.38, TLI=0.95, IFI=0.96, SRMR=0.038, CFI=0.96, RMSEA=0.07. *Represents a P-value＜0.05; ***represents a P-value＜0.001.

**Table 5.** Decomposition of effects with standardized values.

| | | Direct effect | | Indirect effect | | Total effect | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B[7] | P-value | B | P-value | B | P-value |
| AT[1] | →DE[5] | 0.878 | 0.001*** | | | 0.878 | 0.001*** |
| SN[2] | | −0.196 | 0.039* | | | −0.196 | 0.039* |
| PBC[3] | | 0.305 | 0.014** | | | 0.305 | 0.014* |
| HG[4] | | −0.040 | 0.527 | | | −0.040 | 0.527 |
| AT | →BI[6] | | | 0.849 | 0.002*** | 0.849 | 0.002** |
| SN | | | | −0.190 | 0.039* | −0.190 | 0.039* |
| PBC | | | | 0.295 | 0.015* | 0.295 | 0.015* |
| HG | | | | −0.038 | 0.527 | −0.038 | 0.527 |
| DE | | 0.967 | 0.002** | | | 0.967 | 0.002** |

[1] AT: attitude
[2] SN: subjective norm
[3] PBC: perceived behavioral control
[4] HG: hygiene
[5] DE: desire
[6] BI: behavioral intention
[7] B: standardized regression coefficient
*Represents a P-value＜0.05, **represents a P-value＜0.01, ***represents a P-value＜0.001

## 고 찰

COVID-19의 영향으로 인하여 외출이 제한됨에 따라 외식과 같은 비필수 소비가 감소하게 되면서 소비자들의 생활 방식에 변화가 생겼고(Yost & Cheng 2021; Zwanka & Buff 2021), 이것은 외식산업에 심각한 타격을 주었다. 현재 COVID-19는 종식되지 않은 채 주기적으로 발생하는 감염병으로써 향후 현대인들의 삶과 함께하게 될 것이며, 지금도 여전히 여러 분야에서 COVID-19로 인한 영향력은 계속되고 있다(Kim & Min 2023). 이에 따라 COVID-19와 함께 살아가야 하는 현 시점에서 소비자들이 레스토랑을 방문하는 데 영향을 주는 요인을 알아보고 서비스 품질을 높이는 등의 효과적인 마케팅 전략을 제시하기 위하여, 소비자들의 행동의도 예측 연구에서 널리 사용하고 있는 계획행동이론에 새로운 요인을 추가하여 확장시킨 계획행동이론을 분석에 활용하였다. 계획행동이론의 인지적 요소인 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제 요인에 위생요인을 추가하여 선행변수로 정하고 동기적 요소인 열망이라는 요인을 추가하여 선행변수와 행동의도 간의 매개효과를 확인하고자 하였으며, 이를 바탕으로 확장된 계획행동이론을 활용하여 소비자들이 COVID-19 엔데믹에 레스토랑을 방문하게 되는 의도를 탐색하고 규명하였다. 연구를 통해 확인된 가설경로에 대한 분석 결과와 선행연구에 근거한 자세한 논의는 다음과 같다.

첫째, 확장된 계획행동이론의 모형 중 새롭게 추가한 위생 변수를 제외하고 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 열망에 긍정 또는 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 열망은 행동의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 그리고 잠재변인간의 간접 효과를 분석한 결과, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 열망을 통해 유의한 간접효과가 확인되었다. 이것은 열망이 선행변수들과 행동의도 간에 유의미한 매개효과를 나타내고 있음을 시사한다. 또한, 총 효과(total effect)를 통해 열망이 행동의도에 가장 큰 영향을 주는 것으로 확인할 수 있다.

둘째, COVID-19 엔데믹일 때, 레스토랑 방문에 대해 호의적으로 여기는 태도 요인이 열망에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났고, 다수 선행연구 결과와 일치한다(Leone 등 2004; Bagozzi & Dholakia 2006; Nam & Yang 2016; Meng & Choi 2016; Han & Seo 2022). 계획행동이론은 태도와 행동의도 간의 관계를 잘 설명하는 이론으로써 많은 연구자들이 소비자들의 행동을 예측하는 연구에 많이 이용되어져 왔고, 본 연구 결과를 지지해준다. 따라서 레스토랑에 대한 호의적인 태도 형성이 방문 욕구의 기반이 될 수 있음을 시사한다.

셋째, COVID-19 팬데믹 상황에는 방역을 위하여 대면활동을 자제하게 되면서, 비필수 산업인 외식 활동에도 제약이 생겼다. 주관적 규범은 사회적 상황에서 남들에게 비판받는 것을 두려워하는 부정적 평가에 대한 공포(fear of negative evaluation)로 해석될 수 있으므로, 레스토랑 방문이 대면 활동으로 여겨지는 경우 레스토랑을 방문하려는 열망에 부정적 영향을 끼치는 것으로 해석된다.

넷째, 지각된 행동통제는 열망에 유의미한 정(+)의 영향력을 보여주었는데, 이러한 결과는 지각된 행동통제가 욕망에 직접적인 영향을 미친다는 생각을 뒷받침하고 있으며 여러 선행연구에 의해 지지되는 것으로 나타났다(Sukoco 2011; Meng & Choi 2016). 어떤 대상에 대해 느끼는 강렬한 감정이자 행동에 동기부여를 주는 변수인 열망은 모든 선행변수들 중에서 레스토랑 방문의도에 가장 큰 영향을 끼치는 것으로 분석되었는데, 이는 국내외 많은 선행연구를 뒷받침하는 결과이다(Leone 등 2004; Bagozzi & Dholakia 2006; Sukoco 2011; Lee 등 2012; Song 등 2014; Lim & Lee 2016; Meng & Choi 2016; Nam & Yang 2016; Han & Seo 2022). 이러한 결과는 소비자들의 의사결정과정을 이해하여 행동의도를 예측하기 위한 요인으로 열망이 중요한 변수로 작용하고 있다는 것을 시사한다. 한편, 위생 변수는 열망에 유의한 영향을 주지 않았다. 이는 저비용항공사 서비스 품질 요인과 기대감정, 열망, 충성도 간의 관계를 분석했던 연구에서

운항 서비스가 열망에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났던 결과와 일치하였다(Jung & Han 2016).

마지막으로, 선행변수인 태도, 지각된 행동통제는 열망에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났고 열망 역시 행동의도에 긍정적 영향을 끼쳤으며, 주관적 규범은 열망에 부정적인 영향을 끼치는 것으로 확인되었다. 또한, 열망이 행동의도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 분석되었다. 본 연구에서 확장된 계획행동이론 모형의 위생 변수를 제외한 모든 인과관계는 브랜드 커뮤니티 형성에 회원과 비회원의 차이에 대해 알아본 인도네시아의 연구 결과와 흡사하였다(Sukoco 2011). 또한 Perugini & Bagozzi(2001)의 주장처럼 열망이라는 변수는 사람들의 의사결정과정을 더 자세히 예측해볼 수 있다는 사실을 지지해준다.

## 요약 및 결론

본 연구에서는 COVID-19와 함께 살아가야하는 현 상황에서 소비자들의 레스토랑 방문의도에 영향을 주는 요인이 무엇인지 알아보기 위해 확장된 계획행동이론을 적용하여 그 효과를 규명하였다. 또한, COVID-19 엔데믹 시대에 소비자들의 변화를 잘 파악하여 외식소비를 촉진시킬 수 있는 효과적인 전략을 제시하고자 한다. 연구결과를 토대로 학문적 시사점과 실무적 시사점을 도출하였다.

1. 소비자들의 레스토랑 방문의도에 대해 특정 상황을 제시하고 확장된 계획행동이론을 검증함에 따라 외식산업에 해당 이론의 적용 가능성을 증명하였다. 계획행동이론에 위생 요인을 선행변수로 추가하고, 기존에 연구되지 않았던 열망이라는 동기적 요인을 매개변수로 추가한 확장된 계획행동이론을 이용하여 소비자에 대한 레스토랑 방문의도를 예측했다는 것에 의미가 있다. 레스토랑 방문의도에 대한 소비자 의사결정 연구에 있어서 COVID-19 엔데믹 시점에서 소비자의 레스토랑 방문에 대한 관심요인인 위생이 열망에 영향을 주지 않았지만, 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제는 열망에 유의미한 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 그리고 열망은 행동의도에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 계획행동이론에 사용된 선행변수의 예측 타당성이 레스토랑 방문에 적용될 수 있는지 확인하였고, 추가 변수의 적용가능성도 살펴보았으며 확장된 경로에 대한 이해를 발전시키는 데 기여하였다. 최종적으로 열망이라는 변수를 추가하여 계획행동이론을 확장시켰고, 유의미한 결과를 도출하였다는 것에 학문적 의의가 있다.
2. COVID-19 엔데믹에서 소비자들이 레스토랑을 방문하려는 열망에 가장 강력한 영향을 미치는 변인은 태도로 밝혀졌다. 소비자들이 레스토랑을 재방문하기 위해서는 인지적인 요인인 태도를 고려한 마케팅 방안이 핵심요소가 될 수 있음을 시사한다. 따라서 레스토랑의 호의적인 이미지 형성은 레스토랑 방문 참여를 유도하는 데 직접적인 영향을 줄 것으로 예상되므로 소비자들이 레스토랑을 방문하는 것에 대해 긍정적이고 가치 있는 행동이라는 태도를 형성할 수 있도록 홍보프로그램을 개발하는 등의 전략이 필요할 것으로 사료된다.
3. COVID-19 엔데믹에서 소비자에 대한 지각된 행동통제는 레스토랑 방문열망에 유의한 영향을 준다. 레스토랑을 방문하는 것이 얼마나 쉽거나 어려운지에 대한 인식이 레스토랑을 방문하고자 하는 욕구에 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다. 이것은 소비자들이 COVID-19 엔데믹에서도 레스토랑 방문에 어려움이 없도록 하여 소비자들의 통제능력을 높여야 한다는 것을 시사한다. 즉, 소비자들이 필요한 자원을 갖추는 동시에 기회가 주어진다면 레스토랑을 방문하고 싶은 생각이 더 커질 수 있다.
4. COVID-19 엔데믹에서 소비자들의 레스토랑을 방문하고자하는 열망은 레스토랑 방문의도에 큰 영향력을 행사하는 것으로 나타났다. 즉, 레스토랑 잠재 방문객들에게 열망을 증가시킬 방안을 검토

하는 것은 주요한 사안이라는 것을 의미한다. 이러한 결과를 토대로 실무자들은 광고와 프로모션을 진행하는 등 소비자들의 방문 열망을 자극시키고, 소비자들의 열망이 성취될 수 있도록 COVID-19를 포함한 여러 전염병과 같은 위험요인이 생긴 특정 상황에서도 만족스러운 식당이용 경험을 제공해야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서는 한국에서 조사된 설문조사를 토대로 COVID-19가 익숙해진 엔데믹 시점에 소비자들의 레스토랑 방문의도를 예측해보았다. 하지만, COVID-19가 전 세계적으로 유행하는 감염병인만큼 한국의 연구 대상자들로만 이루어진 연구 결과를 일반화하는 것은 무리가 있다. 차후 다양한 국가를 대상으로 수집된 자료로 연구가 이루어진다면 한계를 극복할 수 있을 것으로 사료된다. 둘째, 본 연구에서는 위생이라는 한 가지의 속성만을 살펴보았지만 소비자의 방문의도를 설명하는 요인은 매우 다양하기 때문에 확장된 계획행동이론에 여러 변수들의 적용 가능성을 확인한다면 레스토랑 방문을 더욱 활성화시킬 수 있는 방안을 제시하는 데 도움이 될 것이다. 또한, 소비자들의 외식 관련 지출에 관한 현상을 다각적으로 검토하기 위하여 속성들을 세분화시켜서 새롭게 떠오르는 요인들을 파악해야 할 것이다. 셋째, 본 연구에서 다른 사람들의 영향에 의해 형성되는 주관적 규범 요인이 열망에 미치는 경로는 가장 약한 설명력을 보여주었고, 선행연구 중에도 흡사한 결과를 보인 연구들이 있었다. 이러한 분석을 토대로 레스토랑 방문의도를 확인하는 선행변수로 주관적 규범을 연결시키기에는 한계가 있어 보이며 레스토랑 방문에 주관적 규범의 적용 가능성과 타당성에 대한 재확인이 필요할 것으로 상량된다. 마지막으로 2024년 현재 COVID-19 엔데믹이 되어있는 상태이므로 소비자들의 외식 관련 소비행동에 대한 종단 연구가 필요할 것으로 판단된다. 향후 연구에서 이러한 부분들이 보완된다면 의미 있을 것으로 예상된다.

## ORCID

윤현주: https://orcid.org/0000-0001-6506-2227
이지혜: https://orcid.org/0000-0003-3750-1370

## REFERENCES

Ahn JY, Cho MH (2020): Exploring restaurant selection attributes using IPA during the COVID-19 pandemic-focusing on customer age and companion type. J Hotel Resort 19(6): 201-218

Ajzen I (1991): The theory of planned behavior. Organ Behav Hum Decis Process 50(2):179-211

Ajzen I (2002): Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. J Appl Soc Psychol 32(4):665-683

Ajzen I, Madden TJ (1986): Prediction of goal-directed behavior: attitudes, intentions, and perceived behavioral control. J Exp Soc Psychol 22(5):453-474

Armitage CJ, Conner M (2001): Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. Br J Soc Psychol 40(Pt 4):471-499

Bagozzi RP, Dholakia UM (2006): Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities. Int J Res Mark 23(1):45-61

Baker SR, Farrokhnia RA, Meyer S, Pagel M, Yannelis C (2020): How does household spending respond to an epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 pandemic. Rev Asset Pricing Stud 10(4):834-862

Casaló LV, Flavián C, Guinalíu M (2010): Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. Tour Manag 31(6):898-911

Chakraborty I, Maity P (2020): COVID-19 outbreak: migration, effects on society, global environment and prevention. Sci Total Environ 728:138882

Chang MH, Kim SH (2017): A study on the experiential value and behavioral intention of the Japan street arts festival using goal-directed behavior model. Foodserv Ind J 13(3):191-202

Cheng S, Lam T, Hsu CH (2006): Negative word-of-mouth

communication intention: an application of the theory of planned behavior. J Hosp Tour Res 30(1):95-116

Cho WS (2014): The study about behavior intention of coffee shop by using theory of extended planned behavior. Korean J Tour Res 28(6):161-179

Chung HY (2011): Effects of service-environment and waiting time on customers' quality perception in fast-food type restaurants. J Korea Contents Assoc 11(11):413-423

Dannenberg P, Fuchs M, Riedler T, Wiedemann C (2020): Digital transition by COVID-19 pandemic? The German food online retail. Tijdschr Econ Soc Geogr 111(3):543-560

Han JH, Seo KB (2022): Prediction of golf participation intention during COVID-19: extension of the theory of planned behavior. Korean J Phys Educ 61(6):371-381

Hwang J, Ok C (2013): The antecedents and consequence of consumer attitudes toward restaurant brands: a comparative study between casual and fine dining restaurants. Int J Hosp Manag 32:121-131

Jegal TH, Lee SW, Hwang JY (2020): Coping with hygiene under the COVID-19 and perceptions of food service quality as well as revisit intention of restaurant customer: a scenario-based case study. J Korean Soc Food Sci Nutr 49(9): 1036-1043

Jin YH, An SH, Kim YY (2016): Analysis of purchasing behavior of foodservice customers using the extended theory of planned behavior: focused on environment friendly agricultural product. Int J Tour Hosp Res 30(1):151-162

Jung HK, Han HS (2016): An investigation of the relationships among service quality, anticipated emotion, desire, and loyalty in low cost carriers. Korean J Hosp Tour 25(1):125-144

Jung SG (2022): The effect of restaurant attributes according to gender on satisfaction and loyalty in post Covid-19. Korean Manag Consult Rev 22(6):189-199

Karahanna E, Straub DW, Chervany NL (1999): Information technology adoption across time: a cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs. MIS Q 23(2):183-213

Kashif M, Aziz-Ur-Rehman, Javed MK (2020): Demystify the Covid-19 effect on restaurant. Int J Med Sci Clin Res Rev 3(3):281-289

Kim YJ, Njite D, Hancer M (2013): Anticipated emotion in consumers' intentions to select eco-friendly restaurants: augmenting the theory of planned behavior. Int J Hosp Manag 34:255-262

Kim YS, Min HH (2023): Relationship between oral symptoms and physical activity after COVID-19 among adolescents. J Korean Soc Oral Health Sci 11(3):58-64

Lam T, Hsu CH (2004): Theory of planned behavior: potential travelers from China. J Hosp Tour Res 28(4):463-482

Lee CK, Song HJ (2010): An analysis of structural relationship between gambling passion and behavioral intentions using the extended theory of planned behavior. J Tour Sci 34(3):125-145

Lee CK, Song HJ, Bendle LJ, Kim MJ, Han H (2012): The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: a model of goal-directed behavior. Tour Manag 33(1):89-99

Lee JS, Kim HN (2008): Factors affecting high school and college students' intention to produce UCC. Korean J Journal Commun Stud 52(5):399-419

Lee JY, Park KS (2012): Study on the theory of planned behavior applied to appearance management behavior: focused on skin care, makeup, apparel, hair and weight management behaviors. Korean J Hum Ecol 21(2):331-347

Leone L, Perugini M, Ercolani AP (2004): Studying, practicing, and mastering: a test of the model of goal-directed behavior (MGB) in the software learning domain. J Appl Soc Psychol 34(9):1945-1973

Lim JP, Lee CK (2016): Examining behavioral intention of scuba divers using the model of goal-directed behavior. Int J Tour Hosp Res 30(11):5-17

Meng B, Choi K (2016): The role of authenticity in forming slow tourists' intentions: developing an extended model of goal-directed behavior. Tour Manag 57:397-410

Nam MJ, Yang EJ (2016): Predicting foreign tourists' visit intention toward Korean QSR applying a model of goal-oriented behavior: with a moderating effect of restaurant involvement. J Korea Contents Assoc 16(3):171-183

Ozili PK, Arun T (2023): Spillover of COVID-19: impact on the global economy. In: Akkucuk U, ed. Managing inflation and supply chain disruptions in the global economy. IGI Global. Hershey. pp.41-61

Park JA (2023): The effect of air travel risk perception on trust and behavioral intentions during the Covid19 endemic: focused on domestic low-cost carriers. Korean J Hosp Tour 32(2):125-141

Park YK, Ahn SK (2013): The relationship between the recognition with family restaurant service and customer satisfaction: focusing on Kyungin area. J Tour Leis Res 25(7): 479-496

Pavlou PA, Fygenson M (2006): Understanding and predicting electronic commerce adoption: an extension of the theory of planned behavior. MIS Q 30(1):115-143

Perugini M, Bagozzi RP (2001): The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: broadening and deepening the theory of planned behaviour. Br J Soc Psychol 40(Pt 1):79-98

Perugini M, Bagozzi RP (2004): The distinction between desires and intentions. Eur J Soc Psychol 34(1):69-84

Quintal VA, Lee JA, Soutar GN (2010): Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: a tourism example. Tour Manag 31(6):797-805

Song H, You GJ, Reisinger Y, Lee CK, Lee SK (2014): Behavioral intention of visitors to an Oriental medicine festival: an extended model of goal directed behavior. Tour Manag 42:101-113

Song HJ, Lee CK, Kang SK, Boo SJ (2012): The effect of environmentally friendly perceptions on festival visitors' decision-making process using an extended model of goal-directed behavior. Tour Manag 33(6):1417-1428

Song HJ, Lee CK, Kim DY (2011): The effect of the perception of influenza A(H1N1) on international travel decision-making process of group tourists. J Tour Sci 35(7):189-209

Sukoco BM (2011): Individual differences in participations of a brand community: a validation of the goal-directed behavior model. South East Asian J Manag 5:119-133

Taylor SD, Bagozzi RP, Gaither CA (2005): Decision making and effort in the self-regulation of hypertension: testing two competing theories. Br J Health Psychol 10(Pt 4):505-530

Tommasetti A, Singer P, Troisi O, Maione G (2018): Extended theory of planned behavior (ETPB): investigating customers' perception of restaurants' sustainability by testing a structural equation model. Sustainability 10(7):2580

Yoon SM (2011): Analysis on behavior about adventurous leisure activity by using extended theory of planned behavior (ETPB): focused on the role of prior knowledge and attachment. Korean J Hosp Tour 20(6):189-208

Yoon SM, Shin CY, Lee CK (2014): An analysis of volunteer's behavioral intention using an extendedtheory of planned behavior. J Tour Sci 38(5):253-276

Yost E, Cheng Y (2021): Customers' risk perception and dine-out motivation during a pandemic: insight for the restaurant industry. Int J Hosp Manag 95:102889

Yun HJ, Lee JH (2022): A study on importance-performance Analysis(IPA) consumers' on the visit of the restaurants in COVID 19 situation. J Foodserv Manag Soc Korea 25(4): 207-237

Zwanka RJ, Buff C (2021): COVID-19 generation: a conceptual framework of the consumer behavioral shifts to be caused by the COVID-19 pandemic. J Int Consum Mark 33(1): 58-67