

성격유형별 의복 라이프스타일과 의복구매행동

권보애 · 오현정

광주대학교 디자인학부 의상전공

Clothing Life-Style and Clothing Buying Behavior on Personality Types

Bo-Ae Kwon · Hyun-Jeong Oh

Division of Design, Gwangju University

(2004. 1. 12. 접수)

Abstract

The purposes of this study were to find the difference of clothing life-style and to examine clothing buying behaviors on personality types. Personality types were identified using Myers-Briggs Type Indicator(MBTI). The data were collected from 360 female adults using a questionnaire to clothing life-style and clothing buying behavior. The data were analysed with factor analysis, one-way ANOVA and Duncan's multiple range test. Results are summarized as follows: First, 'Fashion-oriented', 'self-regulate-oriented', 'activity-oriented', 'economic-oriented', 'social-oriented', 'leisure-oriented' and 'conservation-oriented' clothing life-style had a significant difference of psychological types. Second, Extroverted(E) or Sensation(S) or Feeling(F) types regarded significantly higher in 'VMD', 'store atmosphere', 'famous brand name and store name' as criteria for store selection than combination types(IN, IT, NT) of Introverted(I), iNtuition(N), Thinking(T). Third, Sensation Judgement types(SJs) of a patron temperament preferred a 'plan-oriented' life-style and considered 'famous brand name and store name' important. Sensation Perceiving types(SPs) of an artist temperament had an 'unplanned' clothing life-style and a significantly higher impulsive buying orientation than SJs.

Key words: Personality types, Clothing life-style, Clothing buying behavior; 성격유형, 의복라이프스타일, 의복구매행동

I. 서 론

21세기 마케팅은 고객과의 인간적인 관계가 가장 중요한 관심이라고 한다. 소비의 경험이 풍부해진 고객에게 얼마큼 혁신적으로 다가가느냐가 보다 큰 가치를 창출할 수 있기 때문이다(Bosshart, 1997, 2001). 이는 앞으로의 소비자 행동 분야에서 개인의 경험이나 정서적 공감에 중요해질 것임을 내포하는 것이며, 미래의 패션소비자 욕구를 이해하기 위해 개인의 활동, 관심, 의견이 묘사되어 나타나는 라이프스타일(life style)이나 개인의 행동과 표현방식을 결정짓는 성격(Keisey and Bates, 1984, 1999)이 좋은 설명변수

가 될 것임을 암시하는 것으로 이해할 수 있겠다.

의복은 기능성 뿐 아니라 정서적이며 표현적인 기능을 지닌 상품으로 개인의 성격을 표현하는 도구로 사용할 수 있기 때문에(Horn and Gurel, 1981, 1991), 성격은 의복 관련 소비자행동을 설명하기에 유용한 개념이라 하겠다. 최근 MBTI 성격유형별 소비자행동에 관한 연구가 꾸준히 발표되고 있다. 대부분이 성격 선호지표별에 따른 소비자행동 차이를 설명하였고(마윤진, 고애란, 2001; 오현정, 2001a, 2001b; 홍성태, 1999; 이현화, 박찬부, 1998; Gould, 1991; Sweat and Zentner, 1985), 융의 심리유형(psychologic types)이나 기질별 성격유형에 근거한 복식행동의 차이를 설

명한 연구(오현정, 2001c; Radeloff, 1991)는 부족한 실정이다.

소비자의 행동양식 차이는 개인의 성격 차이이며 (Gough, 1995), 라이프스타일은 여가추구 시간, 일, 소비를 향한 활동, 관심, 태도에 반영되는 가치와 성격적인 특성이라 할 수 있다(Wind and Green, 1974). 그러나 라이프스타일은 외부적으로 나타나는 특정 집단의 생활 그 자체이므로 쉽게 관찰할 수 있다는 점에서 성격에 비해 가시적이며 이용가치가 높다고 할 수 있다(임종원 외, 2002). 따라서 개인적이고 심리적인 성격과 관찰이 용이한 생활양식이 결합된다면, 소비자들의 가치와 라이프스타일이 결합된 VALS(Value and Life Style)가 상업적으로 유용한 자료로 활용되듯이(임종원 외, 2002) 인구통계적 자료와 다르게 개인을 조명한다는 점에서 소비자 사이코그래픽스(psycho-graphics)의 새로운 구성요소가 될 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 성격유형에 따라 중요하게 생각하는 의복 라이프스타일의 차이를 밝히고, 의복 구매행동의 차이를 설명하고자 하였다. 연구 결과, 기존의 라이프스타일 집단별 특성보다 개인적이고 심리적인 성격적 특성이 보완될 수 있으므로 보다 소비자 지향적인 마케팅 활동에 기여할 것이다. 즉, 상품 기획이나 가격책정 시, 광고나 판촉 전략 차별화, 다양한 판매원 서비스 등의 마케팅 전략 수립에 활용할 수 있을 것이다. 아울러 성격지표의 상호작용을 알 수 있는 심리유형별과 기질별 성격유형이라는 심리적 기능의 역동성으로 일관성 있는 소비자행동의 차이를 설명할 수 있으므로, 목표 시장의 소비자행동 예측력을 높일 수 있으며, 세분 시장의 욕구 충족에 기여함으로써 소비자의 만족과 기업의 이윤을 높이는 데 기여할 것이다.

II. 이론적 배경

1. 성격유형이론

융(Carl Gustav Jung)이 제시한 성격유형론은 모든 인간이 지향하는 감각(S; Sensation), 직관(N; iNtuition), 사고(T; Thinking), 감정(F; Feeling)이라는 네 가지 정신기능과 외부세계에 대해 반응하는 외향(E; Extrovert), 내향(I; Introvert)의 두 가지 태도유형에 의해 여덟 가지 성격유형으로 설명되었다(이부영, 2000).

태도유형과 인식기능의 조합(EI*SN)으로 분류된 내향적 감각형(IS)은 합리적인 판단과 세부사항에 대한 기억력이 뛰어나고, 내향적 직관형(IN)은 목표 지향적이고 직관적 통찰력을 믿으며 구체적인 실현을 원한다. 외향적 감각형(ES)은 실제적 사물이나 사실을 중요시하고 현실적인 경험을 추구하며, 외향적 직관형(EN)은 새로운 가능성과 방법을 알고 실행에 옮길 수 있는 추진력이 있는 유형이다. 태도유형과 판단기능의 조합(EI*TF)으로 분류할 수 있는 내향적 사고형(IT)은 철학적 사고를 하는 유형으로 조용하고, 소심하다. 내향적 감정형(IF)은 주관에 입각하여 감정판단을 하며 풍부한 온정과 열정을 가진 이상주의자들이다. 외향적 사고형(ET)은 사고에 중점을 두고, 논리적, 분석적, 비판적, 객관적이며, 외향적 감정형(EF)은 객관적 기준이 감정판단의 기준이 되며 친근하고 재치 있고 동정적이며 성실하다(김정택 외, 1995).

MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)는 융의 심리유형론을 바탕으로 캐서린 브리그스(Katherine Briggs)와 그의 딸 이사벨 마이어스(Isabel Myers)가 오랜 세월을 두고 사람들을 관찰한 결과, 연구 개발된 성격유형 탐색 도구이다(김정택 외, 1995). 즉 융이 제시했던 일반적인 태도유형(EI) 차원과 다양한 조건 속에서도 동일한 원리로 반응하게 하는 두 가지 정신기능(SN, TF)의 차원에 바탕을 두었으며(김정택, 심혜숙, 2000), 융이 표면화하지 않은 판단(J: Judgement)과 인식(P: Perceiving)에 대한 태도 경향이 첨가되어 '외향-내향(EI)', '감각-직관(SN)', '사고-감정(TF)', '판단-인식(JP)'이라는 네 가지 선호지표로 측정된다.

기질은 서로 다른 힘들이 완화되거나 통합을 이루는 것, 상반되는 영향력들이 서로 완충되거나 상호 용인되는 것, 전체적으로 채색되거나 조율되는 것, 전체적으로 어느 정도 종합되는 것, 그리고 다양한 것들이 일관성을 갖는 것을 의미한다(Keisey and Bates, 1984, 1999). 기질적 성격유형은 고대 그리스 철학자들의 이론을 배경으로 하여 MBTI 성격유형을 기준으로 4가지 기질로 구분하였다. 충동적이지 않고 의존적인 성향이 강한 보호자적 기질(SJ)은 근면하며 보수적, 안정적, 사무적이다. 예술가적 기질(SP)은 낙천적이고 인내심이 부족한 편이며 색깔과 선, 옷감에 민감하다. 인간적, 동정적, 열정적인 이상적 기질(NF)은 주변의 동료나 가족, 친구들과의 관계를 중요하게 생각한다. 합리적 기질(NT)은 분석적, 체계적, 추상적이며 효율성과 정확성을 추구, 논리적이고 과

학적인 특성을 갖고 있다(박재황, 2000).

2. 성격유형과 의복구매행동

성격유형별 복식행동의 차이를 설명했던 기존 연구들은 의복디자인 관련 연구(오현정, 2001b; 이현화, 박찬부, 1998; Radeloff, 1991; Sweat and Zentner, 1985)와 의복구매행동 관련 연구(마윤진, 고애란, 2001; 오현정, 2001a, b, c; 홍성태, 1999)로 구분할 수 있겠다. 후자의 연구들은 성격유형별 의복평가기준, 점포선택기준, 구매행동 특성의 차이를 설명하였다.

의복선택기준은 사회 및 심리적 변수에 의해 크게 영향을 받으며(홍병숙, 1986), 소비자들이 의복을 선택할 때 기본적으로 고려하는 의복의 주관적 혹은 객관적 특성으로 성격과 밀접한 관련을 보일 것이다. 오현정(2001a, 2001c)의 연구결과에서 외향형(E)은 유행관심이 높고 쾌락/자신감 성향이 높았으며, 내향형(I)은 작은 단서에 민감하였다. 감각형(S)은 구매결정 시 브랜드를 중요시하며, 동조성향이 높게 나타났다. 사고형(T)은 상징적이고 과시적 소비성향을 보였으며, 판단형(J)은 실용성을 중요하게 인식하였다.

개인의 개성이나 특성은 점포의 다양성과 서비스, 교통, 점포의 운영방식 등의 선택에 영향을 준다(Horn and Gurel, 1981, 1991). Mason et al. (1994)은 점포선택 기준으로 판매원, 소비자서비스, 시각적 이미지, 가격과 환불정책, 접근의 용이성, 브랜드와 패션, 품질의 다양성 차원으로 분류하였다. 박지수(1997)는 상품, 서비스시설, 편의성, 촉진과 같은 점포의 물리적인 속성과 점포분위기와 같은 심리적인 속성으로 분류하였다. 이는 점포선택의 다양한 기준이 소비자의 개인적이거나 심리적인 속성이라 할 수 있는 성격에 따라 차이를 보일 것이라는 암시를 찾아볼 수 있다. 실제로 마윤진, 고애란(2001)과 오현정(2001b), 홍성태(1999)의 연구결과에서 외향형(E)은 판매원의 정보제공과 적극적인 접근을 선호하고 쇼핑횟수가 내향형에 비해 많았으며, 내향형(I)은 의복구입 시 흥정에 미숙하고 의복구매 시 현금을 선호하였다. 감각형(S)은 고객에 대한 관심에 만족하였고 복잡한 의사결정을 싫어하며, 직관형(N)은 판매원의 전체적인 이미지를 중요하게 생각하였다. 사고형(T)은 정보수집과 신상품에 대한 정보가 많고, 종업원의 친절보다 상품자체에 관심이 높았으며, 감정형(F)은

판매원의 외모나 태도가 구매행동에 영향을 미쳤으며, 의존적인 구매결정성향을 보였다. 판단형(J)은 신속 정확한 A/S제공과 판매원의 태도를 중요하게 인식하였고 백화점 방문을 선호하였지만 인식형(P)은 중저가 대중시장을 선호하고 신속한 구매결정 성향이 높았다.

충동구매는 소비자의 감성에 소구하는 상품에서 많이 나타나므로 의류상품이 대표적인 충동구매상품이라 할 수 있다(고선영, 1993). 선행 연구 결과, 쇼핑에서 즐거움을 추구하는 소비자나 감정적 의복관여 소비자(선정희, 박은주, 1994), 충동적이고 지배적인 성격특성을 가진 소비자(구자명, 이명희, 1997)가 충동구매와 관련이 높으며, 소비자의 심리적·내적 특성이 충동구매행동과 밀접한 관련(양우식, 1995)을 보인다고 하였다. 이는 감각(S)적인 성격이 오감에 의존해서 정보를 인식하고, 인식형(P)은 생활에서 인식된 정보의 판단보다 정보인식 과정을 중요하게 생각하므로 직관형(N)이나 판단형(J)과 다르게 즉흥적이거나 충동적인 성향을 갖는 것과 관련이 클 것으로 예측된다.

이처럼 성격유형과 의복구매행동에 관한 선행연구 결과는 대부분 네 가지 선호지표를 중심으로 설명되었다. 태도유형과 심리기능의 상호작용에 따른 소비자행동의 차이를 부분적으로 설명(오현정, 2001c)한 바 있으나 직관적 사고형(NT)이 의복품질 평가 시 '경제성' 요인을 중요하게 평가하며, 내향적 사고형(IT)이 물리적 속성 평가에 관심이 높은 반면 외향적 감정형(EF)이 가장 관심이 낮다고 제시한 정도의 빈약한 수준이라 하겠다.

3. 의복 라이프스타일

라이프스타일은 성격을 포함한 심리적 요인으로 개인마다 독특한 삶의 양식이며, 구체적인 소비행동에 영향을 미친다. 라이프스타일은 사람이 생활하고 시간과 돈을 소비해나가는 유형(Engel et al., 1978)이며, 여가시간, 일, 소비를 향한 활동, 관심, 태도에 반영되는 가치와 성격적인 특성(Wind and Green, 1974)으로 정의할 수 있다. 윤정희(1992)는 소비자의 정신적, 감정적 스타일뿐만 아니라 보다 구체적인 행위의 스타일을 포함하는 것이라고 하였고, 본 연구에서도 라이프스타일은 개인의 성격특성이 반영되어 생활의 방향을 제시하는 차별적인 행동양식으로 보

았다.

의복과 관련하여 연구된 라이프스타일은 대부분 AIO 측정방법을 사용하였고(박만석, 1999; 이해주, 1987), 연구결과에서 의복 라이프스타일로 가장 자주 제시되는 유형은 유행추구형, 전통지향형, 알뜰구매/계획구매형, 물질추구형, 여가추구 활동형 이었다(김미영, 이은영, 1992; 박남규, 1997; 임경복, 1991; 채진미, 1997). 유행추구형의 소비자는 유행에 대한 관심이 높고 자신의 생활과 활동을 중요하게 생각하며 쇼핑을 선호하고 사회참여현상이 높았다. 전통지향형 소비자는 상품의 품질, 판매원의 친절을 중요시하며 최신유행과 적극적 활동을 꺼리는 보수적 성향으로 단정하고 심플한 이미지를 선호하였다. 알뜰 구매 혹은 계획구매형 소비자는 계획적 구매와 실용성과 경제성을 중요시하였다. 물질 추구형 소비자는 부와 미에 관심이 많은 집단으로 디자인과 상품의 품질, 신분 상징성과 유행성을 중요시하였다. 여가추구 활동형 소비자는 가격과 실용성을 중요시 하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구와 자료수집 및 분석방법

소비자의 성격유형 측정은 MBTI 성격검사지 Form GS를 이용하였다(김정택, 심혜숙, 1991). 의복 라이프스타일에 대한 문항은 김미영, 이은영(1992), 박남규(1997), 진재형(1991) 등의 선행연구에서 45문항을 선정하여 5점 평점 척도로 측정하였다. 의복구매행동은 총 17문항으로 구성되었고, 점포선택기준은 채진미(1997), 정지아(1999)의 연구로부터 판매원의 친절, 상표 및 상징점의 유명도, 상징점의 진열이나 분위기, 단골, 주위의 권유, 교통시설의 편리함의 6문항을 사용하였으며, 의복 선택기준은 디자인, 가격, 색상이나 무늬, 다른 옷과의 조화, 품질, 몸에 맞는 정도, 관리하기 쉬움, 사후서비스 등 8 문항을 사용하였다(김은정, 1998; 이성주, 1984). 또한 충동구매성향은 양우식(1995)이 사용했던 3문항으로 측정하였고, 평균값으로 분석하였다.

조사대상은 광주와 부산에서 실시되는 MBTI 정규 프로그램 진행에 참가한 10대에서 50대의 성인여성 중 자원자에게 질문지 조사를 실시하였다. 2001년 7월부터 9월까지 조사된 400부 중 부적절한 40부를 제외한 360부가 통계분석 자료로 사용하였다. 자료 분석은 10.0 SPSS통계프로그램을 이용하여 빈도분

석, Chronbach's α , 요인분석, ANOVA, Duncan's 사후분석법을 실시하였다.

2. 표본의 특성

20대에서 50대 한국 여성들은 내향(I), 감각(S), 사고(T), 판단(J) 유형이 각각의 상대 유형보다 많다고 보고된 바 있다(김정택 외, 1995). 본 연구의 조사대상을 선호지표별 사례수와 백분율로 제시한 <표 1>에서 감각, 사고, 판단형의 비율이 높아 일반적인 한국 여성의 분포와 유사하였으나 외향형(E: 52.2%)이 더 많은 비율을 차지하였다. 이는 20대와 청소년층으로 갈수록 외향형의 비율이 높아지고 있다고 하였는데(심혜숙, 임승환, 1997), 본 연구대상이 <표 2>에 제시된 것처럼 20-30대 여성이 전체의 77%를 차지하였기 때문에 해석할 수 있다.

<표 1> 선호지표별 사례수와 백분율

선호지표	성격유형	사례수(%)
내향-외향	내향형(I)	172(47.8%)
	외향형(E)	188(52.2%)
감각-직관	감각형(S)	263(73.1%)
	직관형(N)	97(26.9%)
사고-감정	사고형(T)	213(59.2%)
	감정형(F)	147(40.8%)
판단-인식	판단형(J)	205(56.9%)
	인식형(P)	155(43.1%)

<표 2> 인구통계적 특성

변인	구분	빈도(%)
연령	10대	19(5.2%)
	20대	168(46.7%)
	30대	109(30.3%)
	40대	55(15.3%)
	50대	9(2.5%)
학력	고등학교 졸업	21(5.8%)
	전문대 졸업	17(4.7%)
	대학교 재학 중	134(37.2%)
	대학 졸업	53(14.7%)
	대학원 재학 및 졸업	135(37.5%)
결혼여부	미혼	204(56.7%)
	기혼	156(43.3%)

IV. 결과 및 논의

1. 성격유형별 의복 라이프스타일

성격유형별 의복 라이프스타일의 차이를 밝히기 위

하여 먼저 주성분분석(Principle Component Analysis)과 적교회전방식(Varimax)을 이용하여 요인을 추출하였다. 요인 적재 값이 0.40 이하이거나, 어느 한 요인에 대한 뚜렷이 높은 적재량을 보이지 않은 6 문항을 제외한 39 문항을 최종 분석하여 9 요인이 추출되었고

<표 3> 의복 라이프스타일 요인분석 결과

요인	요인별 항목	인자 부하량	고유값	누적 분산	chronbach's α
요인 1 유행지향	옷을 자주 바꿔 입음으로써 변화를 주려고 노력한다	.777	6.22	15.96	.87
	유행을 다른 사람보다 빨리 받아들인다	.761			
	TV, 신문, 잡지 등의 패션정보에 관심이 많은 편이다	.746			
	나는 쇼핑을 즐긴다	.705			
	옷을 구입할 때 편안함보다는 패션에 중점을 둔다	.704			
	옷을 고르는데 신경을 많이 쓰는 편이다	.681			
	새 상품이 나오면 친구나 이웃보다 먼저 아는 편이다	.655			
나는 되도록 남에게 돋보이고 싶다	.631				
요인 2 활동지향	모든 일에서 남 앞에 나서기를 좋아하는 편이다	.754	3.75	25.56	.80
	성격이 적극적이며 활동적이다	.728			
	나는 쾌활하고 개방적인 사람이다	.670			
	나는 모임에서 중심적인 역할을 하고 싶다	.631			
	나는 친구들과 잘 사귀는 편이다	.592			
	나는 개인적인 능력이 많다고 생각한다	.553			
자신의 생각을 남에게 정확하게 말하는 편이다	.479				
요인 3 경제지향	작은 물건이라도 가격을 살펴본 후에 구입한다	.739	2.97	33.19	.65
	바겐세일을 자주 이용하는 편이다	.647			
	물건을 사는데 가능하면 여러 상점을 둘러본다	.569			
	물건을 사기전에 관계된 여러 가지 정보를 얻으려고 노력한다	.524			
요인 4 계획지향	나는 쇼핑하기 전에 구입할 물품의 목록을 꼼꼼하게 적는다	.778	2.05	38.43	.65
	나는 어떤 물건이든지 계획성 있게 구매한다	.767			
	매사에 성실하며 가족 중심적이다.	.413			
요인 5 자율지향	때로는 혼자서 자유롭게 여행하고 싶다	.651	1.92	43.36	.63
	나는 마음먹은 일이면 꼭 해내고야 만다	.632			
	위험하더라도 새로운 일에 도전해 보고 싶다	.535			
	모든 일에 항상 자신감을 갖고 임하고 있다	.454			
요인 6 보수지향	가정에서 남편의 권한은 아내의 권한보다 커야 한다	.747	1.71	7.73	.61
	여성은 직장일보다 가정에 더 충실해야 한다	.725			
	여성은 결혼 전까지 순결해야 한다고 여긴다	.625			
	지금까지의 생활습관, 관습을 소중하게 지켜나가고 있다	.519			
요인 7 사교지향	나는 평소에 친구들과 자주 만나 함께 보내는 시간이 많다	.667	1.37	51.23	.57
	친구, 동창회, 직장 등의 모임에는 적극 참여한다	.643			
	가족이나 주위사람들의 생일을 기억하여 작은 선물이라도 준비한다	.642			
요인 8 취미지향	화랑이나 박물관 등 전람회에 가는 편이다	.720	1.20	54.31	.58
	나는 취미활동(서예, 지점토, 난 가꾸기, 꽃꽂이...)에 적극적으로 참여하고 있다	.491			
	나는 사회문제나 사회정책에 관심이 많다	.457			
요인 9 여가지향	돈보다는 여가를 즐기는 편이다.	.671	1.16	57.27	.59
	나는 여행을 많이 하는 편이다	.651			
	미래보다는 현재의 행복이 더 중요하다	.591			

전체 분산의 57.27%를 설명하였다. 분석 결과는 <표 3>과 같다.

요인 1은 패션정보에 관심이 많고 유행을 빨리 받아들여 변화를 추구하므로 '유행지향'으로 명명하였다. 요인 2는 남 앞에 나서기를 좋아하고 적극적인 '활동지향'으로 명명하였고, 요인 3은 어떤 물건이든지 알뜰하게 구입하므로 '경제지향'으로 명명하였다. 요인 4는 물건을 계획성 있게 구매하므로 '계획지향'으로 명명하였다. 자유롭고 도전적인 요인 5는 '자율지향'으로 명명하였고, 전통적인 생각과 행동을 보인 요인 6은 '보수지향'으로 명명하였다. 요인 7은 주위 사람들과 유대관계 및 친목을 중요시하므로 '사교지향' 요인으로 명명하였고, 요인 8은 취미활동에 적극적인 '취미지향'으로 명명하였으며, 요인 9는 현재의 행복을 중요시하고 여가를 즐기는 '여가지향'으로 명명하였다.

다음으로 일원분산분석(one-way ANOVA)과 Duncan's 사후분석을 이용하여 성격유형별 의복 라이프스타일 차이를 밝혔다. 태도와 인식기능이 조합되어서(EI*SN) 만들어지는 4가지 기능유형(IS, IN, ES, EN)에 따른 의복 라이프스타일의 차이를 <표 4>에 제시하였고, 유의한 차이를 보인 의복 라이프스타일은 '유행지향', '활동지향', '자율지향', '보수지향', '사교지향', '여가지향' 요인으로 나타났다. '유행지향' 라이프스타일은 ES(외향적 감각형)가 IN(내향적 직관형), IS(내향적 감각형)에 비해 더 중요하다고 생각하였다. '활동지향' 라이프스타일은 ES와 EN(외향적 직관형)이 IN, IS에 비해 더 중요하다고 생각하였다. '자율지향'

라이프스타일은 EN이 IN, IS에 비해 더 중요하다고 생각하였고, '보수지향' 라이프스타일은 ES, EN, IS가 IN에 비해 더 중요하다고 생각하였다. '사교지향' 라이프스타일은 ES가 IN, IS에 비해 더 중요하다고 생각하였으며, '여가지향' 라이프스타일은 ES가 IS에 비해 더 중요하게 생각하였다.

성격유형별로 살펴보면, IS(131명) 유형은 '유행지향', '활동지향', '자율지향', '사교지향', '여가지향' 라이프스타일을 중요하게 생각하지 않았지만 '보수지향' 라이프스타일은 중요하게 생각하였다. 이들은 비활동적, 수동적, 비사교적, 보수적인 특성을 갖는 집단이 될 것이다. IN(41명)은 '유행지향', '활동지향', '자율지향', '사교지향' 라이프스타일을 중요하지 않게 생각하여 IS와 유사한 경향을 보였다. 그러나 '보수지향' 라이프스타일을 가장 중요하지 않게 생각하였고, 이는 직관 기능이 내적 세계를 향하는 IN이 현실의 가능성보다 내적 세계의 가능성을 탐지할 수 있는 능력을 갖고 있기 때문인 것으로 해석할 수 있겠다(이부영, 2000). ES(132명)는 '활동지향', '보수지향' 라이프스타일을 중요하게 생각하였고, 특히 '유행지향', '사교지향', '여가지향' 라이프스타일을 가장 중요하게 생각하였다. 감각이 객체를 향하고 있는 ES가 새롭고 강렬한 감각적 자극을 주는 대상을 향해 감응한다는 특성(이부영, 2000)을 잘 보이는 결과라고 하겠다. EN(56명)은 '활동지향', '보수지향' 라이프스타일을 중요하게 생각하였고, '자율지향' 라이프스타일을 가장 중요하게 생각하였다.

태도와 판단기능이 조합되어서(EI*TF) 만들어지는

<표 4> 태도*인식조합에 따른 의복 라이프스타일

태도*인식 라이프스타일	IS (n=131)	IN (n=41)	ES (n=132)	EN (n=56)	F값
요인 1 유행지향	2.9323(B)	2.9299(B)	3.1771(A)	3.0636(AB)	3.159*
요인 2 활동지향	2.9793(B)	3.0418(B)	3.6024(A)	3.5128(A)	39.829***
요인 3 경제지향	3.3798	3.2439	3.4351	3.4196	0.879
요인 4 계획지향	3.2723	3.1301	3.2850	3.2024	.669
요인 5 자율지향	3.5897(B)	3.6098(B)	3.7904(AB)	3.8393(A)	3.853**
요인 6 보수지향	3.1908(A)	2.8902(B)	3.2121(A)	3.1773(A)	2.751*
요인 7 사교지향	3.1603(B)	3.0417(B)	3.4798(A)	3.2738(AB)	7.125***
요인 8 취미지향	2.7837	2.8618	2.8409	2.7679	.359
요인 9 여가지향	3.1476(B)	3.2764(AB)	3.4268(A)	3.2321(AB)	4.098**

* $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

A, B, C: Duncan's 분석결과, 유의한 차이가 나타난 집단을 다른 문자로 표시하였고, 문자의 순서는 점수의 크기순서와 같다.

<표 5> 태도*판단에 따른 의복 라이프스타일

라이프스타일 \ 태도*판단	IT (n=103)	IF (n=69)	ET (n=110)	EF (n=78)	F 값
요인 1 유행지향	2.8774(B)	3.0127(AB)	3.1273(A)	3.1667(A)	3.393*
요인 2 활동지향	2.9556(B)	3.0518(B)	3.5741(A)	3.5770(A)	39.735***
요인 3 경제지향	3.3714(AB)	3.3116(B)	3.5386(A)	3.2760(B)	2.899*
요인 4 계획지향	3.2977	3.1498	3.2844	3.2265	.782
요인 5 자율지향	3.5801(B)	3.6159(B)	3.8372(A)	3.7597(AB)	4.066**
요인 6 보수지향	3.0995	3.1486	3.2045	3.1981	.554
요인 7 사교지향	3.0777(C)	3.2157(BC)	3.3364(B)	3.5432(A)	7.500***
요인 8 취미지향	2.8350	2.7536	2.8273	2.8077	.267
요인 9 여가지향	3.1618(B)	3.2029(B)	3.2788(B)	3.4957(A)	4.268**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4 가지 기능유형(IT, IF, ET, EF)에 따른 분석결과를 <표 5>에 제시하였다. 성격유형별 유의한 차이를 보인 의복 라이프스타일은 ‘유행지향’, ‘활동지향’, ‘경제지향’, ‘자율지향’, ‘사교지향’, ‘여가지향’ 요인이었다. ‘유행지향’ 라이프스타일은 ET(외향적 사고형)와 EF(외향적 감정형)가 IT(내향적 사고형)에 비해 더 중요하게 생각하였고, ‘활동지향’ 라이프스타일은 ET와 EF가 IT와 IF(내향적 감정형)에 비해 더 중요하게 생각하였다. ‘경제지향’ 라이프스타일은 ET가 IF와 EF 보다 중요하게 생각하였고, ‘자율지향’ 라이프스타일은 ET가 IF와 IT보다 더 중요하게 생각하였다. ‘사교지향’ 라이프스타일은 EF가 가장 중요하게 생각했으며, ET는 IT보다 ‘사교지향’ 라이프스타일을 중요하게 여겼으며, ‘여가지향’ 라이프스타일은 EF가 나머지 유형에 비해 더 중요하게 생각하였다.

성격유형별로 살펴보면, ET(110명)는 ‘유행지향’, ‘활동지향’ 라이프스타일을 중요하게 생각하였고, 특히 ‘경제지향’, ‘자율지향’ 라이프스타일은 다른 유형보다 가장 중요하게 생각하였다. 이는 ET가 여러 가지 경험 자료를 종합해서 일반적인 견해에 도달하거나 새로운 사실을 산출할 수 있는 특성(이부영, 2000)이 반영된 결과라고 하겠다. IT(103명)는 ‘활동지향’, ‘자율지향’, ‘여가지향’ 라이프스타일을 중요하지 않게 생각하였고, 특히 ‘유행지향’, ‘사교지향’ 라이프스타일을 가장 중요하지 않게 생각하는 유형이었다. 이는 IT가 객관적 사실보다 내면의 자기 이념이나 관념에 따라 사고하는 특성의 연장이라고 볼 수 있겠다. EF(78명)는 ‘유행지향’, ‘활동지향’ 라이프스타일을 중요하게 생각했으며, 특히 ‘사교지향’, ‘여가지향’ 라

이프스타일은 다른 유형보다 가장 중요하게 생각하였다. 이는 사교지향과 타인에 대한 관심이 외향형(E), 감정형(F)과 관련을 보인다는 Mitchell(1981)의 연구를 지지하는 결과라 하겠다. IF(69명)는 ‘활동지향’, ‘자율지향’, ‘여가지향’ 라이프스타일을 중요하지 않게 생각했으며, 이는 IT와 같은 경향이라 하겠다. 그러나 EF와 함께 ‘경제지향’ 라이프스타일에 관심이 적은 유형이었음은 인식된 정보의 판단 기준이 관계, 사람, 애정에 있는 감정형(F)이 경제지향적인 라이프스타일을 중요하게 생각하지 않는 것이라 하겠다. 심리유형별 의복 라이프스타일의 차이는 전체적으로 외향형(E)이 내향형(I)보다 요인별 라이프스타일을 적극적으로 지향하는 경향이 있지만 통계적으로 의미 있는 결과는 ‘활동지향’ 라이프스타일 뿐이었다. 즉 응이 제시했던 심리적 기능(SN, TF)의 역동성으로 해석할 수 있으며, 이로써 주로 외향-내향으로 설명되던 기존 연구보다 선호지표 간의 상호작용 효과를 통한 세부적인 해석의 가능성을 확인할 수 있는 결과라 하겠다.

기질에 따른 라이프스타일의 차이를 분석한 결과를 <표 6>에 제시하였고, ‘경제지향’, ‘계획지향’ 요인에서 유의한 차이를 보였다. ‘경제지향’ 라이프스타일은 합리적 기질(NT)이 다른 기질에 비해 가장 중요하게 생각하였고, 이상적 기질(NF)이 가장 덜 중요하게 생각하였다. 이는 NT가 효율성과 정확성을 추구하며 논리적이고 과학적인 특성을 갖는다는 점(김정택 외, 1995)과 경제적이고 재정적인 문제에 보다 유능한 유형이 직관형, 사고형, 판단형(NTJ)형이라고 제시했던 김정훈(1998)의 연구와 일맥상통하는 결과

라고 생각한다. 다음으로 '계획지향' 라이프스타일은 보호자적 기질(SJ)이 가장 중요하게 생각하였고, 예술가적 기질(SP)이 가장 중요도가 낮은 기질이었다. 이는 SJ가 소속감, 의무감, 책임감을 중시하고 전통과 질서를 선호한다는 특성과 SP가 규칙이나 규율을 싫어하고, 자유로우며 순간의 충동에 따라 행동하는 유형이라는 특성이 잘 반영된(김정택 외, 1995) 결과라고 하겠다.

2. 성격유형별 의복구매행동

성격유형별 의복구매행동에서 집단 간 차이를 알아보기 위해 일원분산분석과 사후분석을 하였다. 태

도와 인식기능이 조합되어서(EI*SN) 만들어지는 4가지 기능유형(IS, IN, ES, EN)에 따라 유의한 차이를 보인 점포선택기준과 의복선택기준을 <표 7>에 제시하였다. 점포선택 시 '상표 및 상점의 유명도'는 ES와 EN이 IN보다 중요하게 생각하였다. 이는 IN이 정보를 인식하는 기능이 외부를 향해 있는 외향형(E)도 아니고, 실제경험과 현재를 중시하는 감각형(S)도 아니며, 직관 기능이 내적 세계를 향하고 있어서 현실의 가능성 탐지를 중요하게 생각하지 않기 때문이라 판단된다. 또한 '상점의 진열이나 분위기'도 오감에 의한 감각으로 외부정보를 인식하는 ES나 주관적인 감각부분이 특히 발달되어 있다는 IS, 혹은 관심과 흥미가 외부세계를 향하고 있는 외향형이 IN보다

<표 6> 기질별 의복 라이프스타일

라이프스타일	기질	SJ (n=160)	SP (n=103)	NF (n=49)	NT (n=48)	F 값
요인 1 유행지향		3.0430	3.0740	2.9311	3.0851	.543
요인 2 활동지향		3.2920	3.2829	3.3382	3.2887	.107
요인 3 경제지향		3.4481(AB)	3.3447(B)	3.1173(C)	3.5781(A)	4.585**
요인 4 계획지향		3.4479(A)	3.0131(C)	3.0952(BC)	3.2500(AB)	10.096**
요인 5 자율지향		3.7044	3.6667	3.8265	3.6563	.912
요인 6 보수지향		3.2266	3.1626	3.0521	3.0573	1.385
요인 7 사고지향		3.2896	3.3689	3.1875	3.1667	1.338
요인 8 취미지향		2.8812	2.7832	2.7619	2.8542	.298
요인 9 여가지향		3.2833	3.2945	3.2993	3.2014	.254

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$

<표 7> 태도*인식 조합에 따른 의복구매행동

의복구매행동	태도*인식	IS (n=131)	IN (n=41)	ES (n=132)	EN (n=56)	F 값
점포선택기준	1. 판매원의 친절	4.11	4.15	4.15	4.25	.630
	2. 상표 및 상점의 유명도	3.40(AB)	3.17(B)	3.56(A)	3.46(A)	2.752*
	3. 상점의 진열이나 분위기	3.68(A)	3.39(B)	3.78(A)	3.66(A)	3.240*
	4. 단골이므로	3.09	2.88	3.23	3.18	1.727
	5. 주위의 권유	3.15	3.05	2.99	3.04	.818
	6. 교통시설의 편리함	3.82	3.63	3.59	3.66	1.774
의복선택기준	1. 디자인	4.09	4.02	4.07	4.00	.328
	2. 가격	4.12	4.00	4.10	4.14	.465
	3. 색상이나 무늬	4.08	4.12	4.09	4.02	.297
	4. 다른 옷과의 조화	4.16	4.29	4.22	4.04	1.687
	5. 품질	4.21(A)	4.24(A)	4.08(AB)	3.93(B)	3.318*
	6. 몸에 맞는 정도	4.34	4.46	4.28	4.23	1.481
	7. 관리하기 쉬움	4.02	3.95	4.05	3.96	.291
	8. 사후서비스	4.01	4.07	4.12	3.89	1.173

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$

중요하게 생각하였다. 의복선택기준은 평균이 4점에 근접하거나 그 이상으로서 모든 조사대상들이 중요하게 생각하였고, 그 중 성격유형별로 유의한 차이를 보인 항목은 '품질'이었다. IN, IS가 EN에 비해 품질을 중요하게 생각하였다. 일반적으로 미래의 가능성에 초점을 두고, 경험보다 아이디어를 중시하는 직관형(N)이 감각형(S)에 비해 경험적, 구체성, 정확성이 떨어지는 경향이 있다고(김정택 외, 1995) 한다. 그러나 정보 인식기능이 내부를 향하고 있는 내향형(IN, IS)이 인식기능의 차이(SN)보다 품질 평가 시 중요했으며, 직관기능이 외부로 향하고 있는 EN이 품질을 가장 중요하게 생각하지 않았다.

태도와 판단기능이 조합되어서(EI*TF) 만들어지는 4 가지 기능유형(IT, IF, ET, EF)에 따른 의복구매행동 분석결과, 의복선택기준은 성격유형과 상관없이 모든 대상이 비슷하게 중요시하였고, 유의한 차이를 보인 점포선택기준만 <표 8>에 제시하였다. 성격유형별 유의차를 보인 점포선택기준은 '단골이므로', 전통적, 일반적, 객관적 가치에 순응하며, 친근하고 동정적인 EF에게 가장 중요하였고, 객관적 사실보다 내면의 자기 이념이나 관념에 따라 사고하는 IT에게

덜 중요하였다. 이는 타인에 대한 관심이 외향형(E), 감정형(F)과 관련을 보인다는 Mitchell(1981)의 연구를 다시 지지하는 결과이다.

기질별(SJ, SP, NF, NT) 의복구매행동의 차이를 분석한 결과, 유의한 차이를 보인 점포선택기준과 총동구매성향만 <표 9>에 제시하였다. 점포선택기준 중 '상표 및 상점의 유명도'가 기질별 유의차를 보였다. 즉 보호자적 기질의 SJ는 소속감, 의무감, 책임감을 중시하고 전통과 질서를 선호하므로 유명한 상표와 점포를 중요하게 생각하겠지만 독창성, 창의성, 효율성을 추구하는 합리적 기질의 NT는 중요하지 않게 생각한 것으로 설명할 수 있다. 이는 NT가 합리적, 분석적, 효율적, 정확성을 추구하는 성향이 있으며(박재황, 2000), 경제적이고 재정적인 문제에 보다 유능한 유형이라는 Mitchell (1981)의 연구를 지지하는 결과라고 할 수 있다.

다음으로 총동구매성향은 예측했던 대로 감각적인 인식형(SP)이 가장 높았고 이들은 예술가적 기질로 불리며, 자유롭고 인생을 즐기며 인내심이 부족하다. 보호자적 기질의 SJ는 행동을 계획하고 안정을 추구하므로 4가지 기질 중에서 총동구매성향이 가장 적었

<표 8> 태도*판단 조합에 따른 의복구매행동

의복구매행동		태도*판단				F 값
		IT (n=103)	IF (n=69)	ET (n=110)	EF (n=78)	
점포선택기준	1. 판매원의 친절	4.09	4.16	4.17	4.19	.483
	2. 상표 및 상점의 유명도	3.36	3.33	3.54	3.51	1.639
	3. 상점의 진열이나 분위기	3.57	3.67	3.75	3.74	1.319
	4. 단골이므로	2.95(B)	3.17(AB)	3.11(AB)	3.36(A)	3.131*
	5. 주위의 권유	3.07	3.20	3.00	3.01	1.025
	6. 교통시설의 편리함	3.74	3.83	3.65	3.55	1.541

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 9> 기질별 의복구매행동

의복구매행동		기질				F 값
		SJ (n=160)	SP (n=103)	NF (n=49)	NT (n=48)	
점포선택기준	1. 판매원의 친절	4.14	4.11	4.24	4.17	.509
	2. 상표 및 상점의 유명도	3.56(A)	3.36(AB)	3.45(AB)	3.23(B)	2.717*
	3. 상점의 진열이나 분위기	3.72	3.75	3.63	3.46	2.130
	4. 단골이므로	3.15	3.18	3.20	2.90	1.301
	5. 주위의 권유	3.03	3.13	3.08	3.00	.407
	6. 교통시설의 편리함	3.68	3.75	3.53	3.77	.918
총동구매		9.77(B)	10.74(A)	10.33(AB)	10.21(AB)	3.625*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

다. 이는 충동구매를 하는 소비자가 의복과 쇼핑의 즐거움 추구, 감성추구, 혁신성을 추구하며(고선영, 1993), 흥분을 즐기며 감정적이고 자제력이 적은 편(구자명, 이명희, 1997)이라고 설명했던 연구는 SP 기질의 소비자 특성과 같은 결과라고 하겠다. 이들은 쇼핑 자체를 즐거운 행위로 여기고 소비를 즐기므로 이들을 위해 가볍게 구매할 수 있는 충동구매 품목 개발과 쇼핑이 쉽고 지루하지 않도록 독특하고 흥미로운 매장 구성이 필요할 것이다.

V. 결 론

성격은 인간 행동을 이끌어 가는 기본적인 지속적인 심리적 특성이므로 성격에 따른 의복 라이프스타일과 의복구매행동의 차이를 밝힌다면 끊임없이 변화하는 현대의 고객욕구를 빠르게 파악할 수 있으므로 보다 적절한 패션상품개발과 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 따라서 성격유형에 따라 의복 라이프스타일과 의복구매행동에 어떠한 차이가 있는지를 밝히고자 하였다.

성격유형별 9가지 의복 라이프스타일의 차이를 살펴본 결과, 음의 기능별 성격유형이 7 가지 의복 라이프스타일의 차이를 설명하였다. 전반적으로 외향형이 내향형에 비해 요인별 라이프스타일을 보다 적극적으로 지향하는 경향을 보였다. 이는 의복에 관심이 많은 사람은 환경의 변화에 적응을 잘하고(홍성태, 1999), 명백한 행동유형과 보다 밀접하게 관련된 경향이 있으며(Ryan, 1966), 사교적이고 현실적이라는 선행연구(강해원, 2000; 오현정, 2001a; Marshall, 1971))를 지지하는 경향이라 하겠다. 그러나 성격지표의 역동성을 확인하고자 했던 본 연구에서는 세부적인 차이, 즉 같은 외향형이지만 ET와 비교할 때 EF는 '경제지향' 라이프스타일을 내향형보다 중요하게 생각하지 않았다는가, '여가지향', '사교지향' 라이프스타일에서 ET는 EF와 다르게 그 중요도가 낮았다는 점 등에서 태도유형과 함께 인식기능의 차이가 반영될 때 소비자 행동의 예측력이 높아질 것이라는 기대를 부분적으로 충족했다고 하겠다. 다음으로 기질별 성격유형에서 새롭게 유의한 차이를 보였던 '계획지향' 라이프스타일은 SJ가 SP보다 중요하게 생각하였다. SJ(보호자적 기질)는 정리정돈과 계획, 신속한 결론, 통제와 조정, 분명한 목적의식을 선호하는 판단형(I)의 태도가 반영된 것이라 하겠다. 어느 성격유형

에서도 유의한 차이를 밝힐 수 없었던 라이프스타일은 '취미지향' 이었고, 이는 어떤 성격유형이든 취미생활을 지향하고 있으며, 단지 취미생활의 방법이 차이는 나는 것으로 해석할 수 있다. 본 연구의 질문지가 다양한 취미생활을 확인했을 뿐 취미의 종류를 구분하는 문항이 아니었기 때문에 성격유형별 유의차를 확인할 수 없었던 것으로 판단된다.

성격유형별 의복구매행동의 차이를 밝힌 결과, 충동구매 성향은 기질별 성격유형으로 설명할 수 있었고, 이 결과는 '계획지향' 라이프스타일과 반대 경향을 보였다. 즉 SP기질은 현재에 초점을 두고 실제 경험을 중시하는 감각형(S)과 상황적, 개방적, 포용적이어서 융통성과 적응성이 뛰어나 인식형(P)의 조합으로서 행동을 계획하고 뚜렷한 기준을 갖고 안정을 추구하는 SJ기질에 비해 즉각적이고 충동적인 구매행동을 설명하기에 유용하였다. 다음으로 점포선택기준에 유의한 차이를 보인 성격유형은 외향-내향(EI), 감각-직관(SN), 사고-감정(TF) 성격지표 중에서 외부활동에 적극적인 외향형(E)이든 정확하고 철저한 감각형(S)이든 우호적이고 협조적인 감정형(F)이든 어느 하나라도 포함하는 성격유형이 내향형(I), 직관형(N), 사고형(T)으로만 조합된 성격유형(IN, IT, NT)에 비해 보다 중요하게 생각하였다. 그러나 의복선택기준에서 유의차를 보인 품질은 조용하고 신중한 내향형(I)이나 정확하고, 철저하고, 꼼꼼한 감각형(S)의 성격유형이 보다 중요하게 생각하였다. 이처럼 의복구매행동을 설명하기에 전반적으로 유용했던 성격지표는 감각형(S)이라 하겠다.

본 연구의 대상들은 외향형(E: 52.2%)이 내향형(I: 47.8%)보다 많았고, 감각형(S: 73.1%)이 직관형(N: 26.9%)보다 많았으며, 외향형(ES, EN)이거나 감각형(IS, ES)이 아닌 내향적 직관형(IN)은 전체의 11.4%에 불과하므로 마케팅 전략을 외향형 혹은 감각형의 소비자를 대상으로 수립한다면 효과적일 것이다. 외부활동에 적극적이고 정렬적이며 활동적인 외향형(E)을 위해서는 '유행지향', '활동지향', '자율지향', '사교지향', '여가지향' 라이프스타일을 반영하도록 캐주얼, 스포티, 젊음, 발랄한 의복이미지(오현정, 2001b)의 제품을 제공하고, 외부환경에 빠르고 적극적인 표현력을 가지므로 유행지향적인 제품과 판매 촉진, 시대의 흐름을 잘 반영하는 점포환경을 제공한다면 효과적일 것이다. 다음으로 현실적, 인습적, 보수적인 감각형(S) 소비자들은 의복의 동조성향을 강

조하고, ‘보수지향’ 라이프스타일이 반영된 고상하고 우아하며 밝은 여성적인 의복이미지(오현정, 2001b)의 제품에 반응할 것이다. 이들은 실제적이고 정확하고 꼼꼼하므로 가격이나 제품관리를 철저히 해야 할 것이며, 경험적이고 구체적인 성향을 충족시킬 수 있도록 매장의 디스플레이(오현정, 2001a)로 구체적인 연출방법을 제시하거나 샘플제공, 체험제공 등의 판매촉진이 효과적일 것이다.

본 조사는 MBTI 정규프로그램 운영 마지막에 있어서 의복행동 설문지를 조사하였기 때문에 부가적인 조사처럼 인식하여 중요도가 떨어질 수 있다는 면에서 응답의 정확도나 성실성이 결여될 수 있었다. 또한 마케팅 전략 수립 시 보다 구체적인 세분시장 프로파일을 개발하기 위해서는 라이프스타일 군집별 성격유형 특성이나 의복구매행동의 특성을 설명할 수 있는 한 단계 나아간 연구가 부족하므로 이 부분을 밝히는 후속연구가 뒤따라야 할 것이다.

참고문헌

강혜원. (2000). *의상사회심리학*. 교문사.
 고선영. (1993). *의류제품의 충동구매에 관한 연구*. 서울대학교대학원 석사학위 논문.
 구자명, 이명희. (1997). 여대생의 의복 충동구매 차원과 충동구매에 영향을 미치는 변인 연구; 유행물품과 유명상표 선호도와와의 관련성을 중심으로. *한국의류학회지*, 21(1), 35-45.
 김미영, 이은영. (1992). 생활양식요인과 의복선택기준에 관한 연구. *한국의류학회지*, 16(1), 3-21.
 김은정. (1998). *유행 의견선도력과 의복구매행동과의 상관 연구; 서울시내 전문대·4년제 여대생의 성취동기, 희망 진로를 중심으로*. 이화여자대학교대학원 석사학위 논문.
 김정택, 심혜숙. (1991). *MBTI 검사(MBTI-GS)*. 한국심리검사연구소.
 김정택, 심혜숙. (1995). *MBTI개발과 활용*. 한국심리검사연구소.
 김정택, 심혜숙. (2000). *MBTI 성장프로그램 지도자안내서 II*. 한국심리검사연구소.
 김정훈. (1998). 성격유형에 따른 재정 관련 태도 및 행동에 대한 이해. *소비자학 연구*, 9(2), 21-35.
 미윤진, 고예란. (2001). 소비자의 성격요인에 따른 판매원 서비스 평가와 구매행동 특성. *한국의류학회지*, 25(6), 1155-1166.
 반남규. (1997). *의복 관련 라이프스타일과 의류구매행동 분석에 관한 실증적 연구*. 고려대학교대학원 석사학위 논문.
 반만석. (1999). *패션의복 관련 라이프스타일이 고객만족에*

미치는 영향. 전남대학교대학원 석사학위 논문.
 박지수. (1997). *백화점 고객의 점포 내 행동유형과 의복구매행동*. 서울대학교대학원 석사학위 논문.
 박재황. (2000). *군장교들의 변형적 리더십과 성격요인의 관계*. 계명대학교대학원 박사학위 논문.
 선정희, 박은주. (1994). 의복 구매 요인에 관련된 상황 변수 연구; 계획구매, 비계획구매, 충동구매를 중심으로. *한국의류학회지*, 18(4), 536-548.
 심혜숙, 임승환. (1997). *성격유형과 삶의 양식*. 한국심리검사연구소.
 양우식. (1995). *충동구매행동의 상황요인에 관한 연구; 구매자 심리·내적 특성을 중심으로*. 서울대학교대학원 석사학위 논문.
 오현정. (2001a). 소비자의 성격유형별 의복평가의 차이. *한국의류학회지*, 25(2), 249-258.
 오현정. (2001b). 성격유형별 선호하는 의복이미지와 의복구매행동. *한국의류학회지*, 25(3), 606-616.
 오현정. (2001c). 성격유형과 의복품질 평가. *한국심리유행학회지*, 8, 85-97.
 윤정희. (1992). *패션의복 관련 라이프스타일에 따른 의류시장 세분화에 관한 연구*. 중앙대학교대학원 석사학위 논문.
 이부영. (2000). *분석심리학*. 일조각.
 이성주. (1984). *의복시장의 라이프스타일 세분화에 관한 연구*. 서울시내 여대생을 중심으로. 이화여자대학교대학원 석사학위 논문.
 이현화, 박찬부. (1998). 지각자의 성격 변인에 따른 의복단서의 인상효과에 관한 연구. *한국의류학회지*, 22(3), 341-352.
 이해주. (1987). *라이프스타일에 따른 의복시장세분화에 관한 연구; 서울시내 직업여성들을 중심으로*. 서울대학교대학원 석사학위 논문.
 임경복. (1991). 의복구매 시 정보 탐색 활동에 관한 연구-자아 이미지와 추구 편익을 중심으로. *한국의류학회지*, 22(1), 61-71.
 임종원, 김재일, 홍성태, 이유재. (2002). *소비자행동론*. 경문사.
 정지아. (1999). *여대생의 유행선도력에 따른 자아이미지 및 의복구매행동에 관한 연구*. 이화여자대학교대학원 석사학위 논문.
 진재형. (1991). *의복 관련 라이프스타일에 따른 의류시장 세분화에 관한 연구*. 중앙대학교대학원 석사학위 논문.
 채진미. (1997). *50-60대 여성들의 라이프스타일의 다양성과 의복구매행동*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 홍병숙. (1985). *기혼여성의 의복 구매 시 의사결정에 관한 실증적 연구*. 중앙대학교 대학원 박사학위 논문.
 홍성태. (1999). 소비자의 심리유형별 구매행동의 차이에 관한 실증적 연구. *소비자학연구*, 10(4), 1-21.
 Bosshart. (1997). *Die Zukunft des Konsums*. 박종대 역(2001). *소비의 미래*. 생각의나무.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1978). *Consumer Behavior* (3rd ed.). Hinsdale, Illinois: The Dryden Press, p. 174.
- Gough, H. G. (1995). Career assessment & the california psychological inventory. *Journal of Career Assessment*, 3, 102-122.
- Horn, M. J., & Gurel, L. M. (1981). *The Second Skin*, 이화연, 민동원, 손미영 옮김(1991). 의복; 제2의 피부. 까치. p 269.
- Keisey, D., & Bates, M. (1984). *Please understand me: Character and tempera-ment types*. 김정택, 심혜숙, 임승환 옮김(1999). 나의 모습, 나의 얼굴. 한국심리검사연구소.
- Mason, J. B., Mayer, M. L., & Ezell, H. F.(1994). *Retailing* (5th ed.). Burr Ridge, IL, Irwin.
- Marshall, N. J. (1971). *Orientations toward privacy: Environmental and personality components*. Doctoral dissertation, university of california. dissertation abstracts international, 31, 4351B (University Microfilms No. 71-815).
- Mitchell, W. D. (1981). *A study of type and social climate in a large organization*. Unpublished manuscript.
- Radeloff, D. J. (1991). Psychological type, color attributes, and color preferences of clothing, textiles, and design students. *Clothing & Textiles Research Journal*, 9(3), 59-67.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A Study in Human Behavior*. N. Y. Chicago, SanFrancisco, Toronto, London: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Sweat, S. Z., & Zentner, M. A. (1985). Attributions toward female Appearance styles. In M. R. Solomon (eds.). *The psychology of fashion*. Lexington, MA: Heath/Lexington Books.
- Wind, Y., & Green, P. E. (1974). Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problems in Life Style Research, in Wells, W. D. (ed.). *Life Style and Psychographics*, Chicago: AMA., p. 71-96.