

대학 웹사이트의 서비스 품질 평가에 관한 연구

유일*, 나광윤**, 최혁라***, 소순후****

I. 서론

현대 사회는 경제, 사회, 문화 등의 모든 분야에 걸쳐 극심한 경쟁상황에 직면하여 생존과 발전을 위해 고객위주의 전략을 수립하지 않으면 안된다. 국내의 교육시장도 마찬가지로 교육시장 개방과 주 고객인 진학예정 학생수의 감소, 교육기관 특히 대학의 과잉으로 말미암아 대학간의 경쟁이 치열해 졌으며 특별한 대책이 없는 한 머지않아 상당수의 대학이 사라질 형편이 되었다. 이런 현상은 지방대학의 경우 더욱 심한 상황이고 따라서 각 대학들은 다양한 생존전략을 수립하여 어려움을 극복하고자 한다. 교육 수혜자로서 학생들과 그 외에 지역사회, 교육관계자, 동문 등 많은 이해관련자들이 대학으로부터 보다 다양한 정보를 제공받기를 원하며 이러한 요구는 정보기술의 발달에 힘입어 대표적인 도구로서 인터넷을 통한 홈페이지를 활용하여 각종 공지사항, 교육과정, 학교소개, 가상교육 등의 다양한 정보와 서비스를 제공하고 있다. 그러나 비영리 기관으로서 대학의 홈페이지를 통한 정보 및 서비스 제공은 인터넷 쇼핑몰 등과 같은 영리조직과 동일하지는 않지만 각 대학을 차별화 시킬 수 방법으로 질 높은 서비스의 제공에 관심이 높아지고 있다.

서비스 연구에 있어서 최근 가장 중요한 개념으로 논의되고 있는 서비스 품질은 그것을 정의하고 측정하기 어려운 개념으로서 많은 학자들의 연구의 대상이 되어왔다. 이순룡(1998)에 의하면 품질 개념이 1980년대까지는 제조 중심(product-based)의 품질 개념으로 이해되어 왔지만, 1990년대의 새로운 소비자 지향 경제에 들어서면서부터 사용자 중심(user-based) 내지 가치 중심(value-based)의 고객 관점과 사회 관점의 품질 개념으로 옮겨가고 있는 추세라는 것을 지적하고 있다. 그러나 이러한 연구 속에서도 아직까지 서비스 품질에 관한 연구의 대부분이 학자들간의 합의점을 찾지 못하고 있으며 이 분야에 대한 국내의 연구도 아직 미미한 상황이다.

정보시스템 분야에서도 정보시스템을 서비스 제공자(service provider)로 규정하고 시스템이 제공하는 서비스 품질을 평가하려는 연구들이 이루어지고 있다(Kettinger et al., 1994, 1995, 1997; Pitt et al., 1995, 1997; Van Dyke et al., 1993, 1997). 이 연구들은 정보시스템의 서비스 품질을 평가하기 위한 도구로 서비스 마케팅 분야에서 대표적으로 이용하고 있는 SERVQUAL을 사용하고 있다. SERVQUAL은 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988)가 Churchill(1979)의 틀에 따라 개발한 것으로 서비스 품질의 개념을 '서비스의 우수성과 관련한 전반적인 판단이나 태도'로 정의하고 있다. 또한 이들은 '지각된 품질은 소비자의 지각과

* 순천대학교 경영학부 조교수

** 한려대학교 경영학과 전임강사

*** 전북대학교 경영학과 박사과정

**** 전남대학교 경영학부 시간강사

기대 사이의 방향과 정도로서 보여진다고 말함으로써 지각된 품질을 기대와 성과의 개념에 연결시켜 SERVQUAL 모형을 개발하였다.

한편 이들의 개념과 다른 관점에서 서비스 품질 측정시 성과기준의 패러다임을 통해 측정하는 방법이 대두되고 있다. 특히 제품의 성과를 객관적으로 평가할 수 없고 소비자의 관여도가 비교적 높은 서비스의 경우 성과를 서비스 품질에 대한 독립된 예측치로 고려함은 당연하다 하겠다. 더욱이 1990년대에 이르러 성과의 직접 효과를 고려한 연구들이 증가하고 있기 때문에 성과가 서비스 품질을 설명하는데 또 하나의 중요한 독립변수임을 나타내주고 있다. Cronin과 Taylor(1992)는 서비스 품질은 성과와 기대간의 차이가 아니라 성과 그 자체임을 주장하고 성과에 기초한 서비스 품질 측정의 수단으로 SERVPERF라는 측정 수단을 제시하였다. 그리고 Brown, Churchill과 Peter(1993), Babakus와 Mangold(1989) 등도 서비스 품질은 기대와 성과간의 일치/불일치보다는 성과 중심의 측정이 고객의 태도를 보다 잘 설명한다고 하는 이론을 제시하고 있다.

이처럼, 서비스 품질 평가 도구로서 SERVQUAL과 SERVPERF의 우월성 논란이 계속되고 있지만 본 연구는 최근의 새로운 서비스품질 평가 패러다임인 SERVPERF를 사용하여 대학의 웹사이트에 대한 서비스 품질을 측정하고자 한다.

따라서 본 연구는 지금까지 연구된 정보시스템의 서비스 품질에 관한 연구를 기반으로 하여 대학의 웹사이트를 서비스 제공자로 인식하고, 제공되어지는 서비스 품질이 정보이용자들의 만족에 어떤 영향을 미치는가를 성과 중심의 평가 모형인 SERVPERF라는 측정 수단을 이용한 실증연구를 통하여 분석하고 문제점을 파악함으로써 치열한 경쟁 하에서 대학의 이미지 제고와 고객에 대한 서비스를 개선시킴으로서 다른 대학과의 차별화를 위한 하나의 방안으로서 웹사이트의 효과적인 활용을 위한 방안을 제시하는 데 목적이 있다.

II. 연구 모형 및 가설 설정

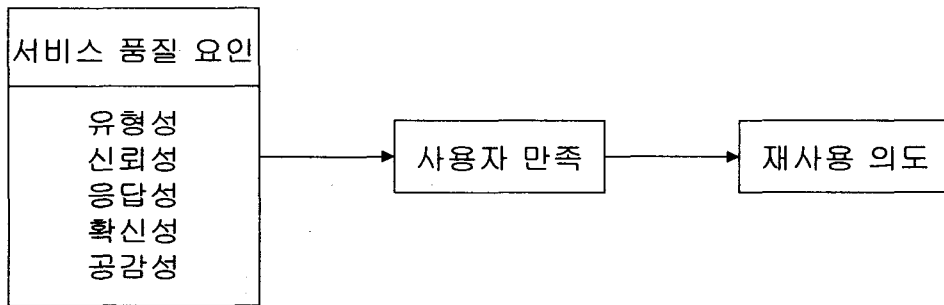
2.1 연구 모형

본 연구를 위한 개념적 틀은 기존의 마케팅 연구에서 널리 응용되고 있는 서비스 품질 모형에서 도출되었고, 대학 웹사이트의 성과 측정을 위해 기존의 정보시스템 성과 측정도구로 일반적으로 많이 사용되고 있는 사용자 만족과 시스템 이용도 등을 기초로 하여 연구모형이 설정되었다.

정보시스템 평가는 많은 학자들(Lucas, 1978; Hamilton and Chervany, 1981; Ives, et al., 1983)에 의해 평가의 문제점이 다각도에서 지적되었는데 공통적인 특성은 측정 요소들의 계량화가 어려우며 또한 정보시스템으로 인한 효과의 객관적 분리가 어렵다는 것이다. 선행연구들을 종합해 보면 정보시스템 성과측정의 변수로는 정보시스템에의 태도 측면에서의 사용자 만족도(user satisfaction), 시스템 사용으로 인한 이익(benefit to use) 측면에서의 정보시스템 사용도(information system usage), 정보의 가치(information value) 등이 지배적이다(Ein-Dor and Segev, 1978; Ives, et al., 1983; Bailey and Pearson, 1983; Doll and Torkzadeh, 1988).

일반적으로 정보시스템의 성공은 사용자 입장에서 이용도가 많고, 사용자 만족을 높여주는 시스템이 성공한 시스템, 즉 성과가 높은 시스템이라는 것은 많은 연구자들이 정보시스템 성과측정 도구로 정보시스템 사용도와 사용자 만족도를 대리변수로 사용하고 있음을 통해 추론할 수 있다(Swanson, 1974; Ives, et al., 1983; Srinivasan, 1985).

따라서 본 연구에서는 대학의 웹사이트를 인터넷을 기반으로 한 정보시스템으로 간주하고 대학 웹사이트의 서비스 품질에 초점을 두고 서비스 품질과 관련한 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988)의 서비스 품질모형에 기초한 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 응답성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy) 등의 5가지 측정범주를 기초로 서비스 품질을 측정하고 서비스 품질이 사용자 만족과 그 결과 변수로서 재사용 의도에 미치는 과정을 살펴보고자 한다. 서비스 품질 요인과 사용자 만족, 재사용 의도간의 관계를 요약한 본 연구 모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 모형

2.2 가설 설정

앞서 제시된 연구 모형에 나타난 변수들간의 관계를 바탕으로 가설을 설정하였다. 선행 연구들에서 나타난 결과들로부터 도출된 각각의 요인별로 세부 가설을 살펴보면 다음과 같다.

2.2.1 대학 웹사이트의 서비스 품질과 사용자 만족과의 관계

Kettinger와 Lee(1994)는 정보시스템 분야에서 사용하고 있는 기존의 사용자 만족도 측정 도구들은 부분적인 서비스에 대한 평가를 포함하고는 있지만, 오늘날의 확대된 정보시스템 기능의 고객 서비스를 정확히 평가하지는 못한다고 인식하였다. 이들은 정보시스템 서비스 품질 평가에 대한 포괄적인 인식의 필요성에 따라, 서비스 품질을 정보시스템 분야에 적용하였다. 이 연구에서는 서비스 품질과 USISF(user satisfaction with the information service function)사이의 상관관계가 있는지를 조사하고, 서비스 품질과 USISF의 어떤 변수가 전반적인 사용자 만족도를 설명해 주고 있는지를 연구하였다.

서비스 품질과 USISF의 분석 결과, 둘 사이가 상관관계를 가짐으로써 서비스 품질은 사용자 만족도를 설명해 줄 수 있는 측정도구로서의 가치가 인정되었고, 서비스 품질과 USISF의 7변수와 전반적인 사용자 만족도의 회귀분석 결과, 7변수중 서비스 품질의 신뢰

성, 공감성과 USISF의 3변수가 상관관계를 가짐이 밝혀졌다. 이 연구결과 사용자 만족도 측정의 향상을 위해서는 기존의 USISF변수에서 서비스 품질변수로의 확장이 필요하며, 정보시스템 분야에서의 서비스 품질에 대한 실용적 가치로서의 적용타당성이 입증되었다.

Van Dyke 등(1997)은 최근 연구에서 정보서비스 제공자로서 제공되고 있는 정보시스템 부서의 서비스 품질을 평가하는데 있어서 정보시스템 환경에 맞도록 변형된 서비스 품질 도구의 필요성을 강조하고 있다.

1990년대 초부터 Kettinger 등(1994, 1995, 1997), Van Dyke 등(1993, 1997), Pitt 등(1995, 1997)에 의해 연구되어진 결과를 보면 정보시스템의 서비스 품질을 측정하는데 있어서 마케팅 분야의 서비스 품질 도구는 앞으로 더 많은 연구들이 필요하기는 하지만 활용가능성에 있어서의 타당성은 입증되었다고 할 수 있다.

이와 같은 논의를 통하여 볼 때, 인터넷 기반의 정보시스템인 대학 웹사이트의 서비스 품질이 사용자 만족에 영향을 미칠 수 있음을 유추해 볼 수 있다. 비록 대학에서 인터넷을 통해 제공하는 정보시스템의 기능이 훌륭하다 할지라도 이를 지원하는 대학 웹사이트의 서비스가 사용자들에 의해 빈약한 것으로 지각된다면 사용자들은 대학 웹사이트를 통한 상호작용에 만족하지 못할 수도 있다. 이러한 측면에서 다음과 같은 가설을 세울 수 있을 것이다.

가설 1: 대학 웹사이트의 서비스 품질은 사용자 만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 지각된 서비스 유형성이 높을수록 사용자의 만족은 클 것이다.

가설 1-2: 지각된 서비스 신뢰성이 높을수록 사용자의 만족은 클 것이다.

가설 1-3: 지각된 서비스 응답성이 높을수록 사용자의 만족은 클 것이다.

가설 1-4: 지각된 서비스 확신성이 높을수록 사용자의 만족은 클 것이다.

가설 1-5: 지각된 서비스 공감성이 높을수록 사용자의 만족은 클 것이다.

2.2.2 사용자 만족과 재사용 의도와 의 관계

서비스 산업에서 서비스 품질과 고객 만족은 고객의 구매 의도 형성에 중요한 요인으로 인식되어 왔다. 즉 서비스에 만족한 고객은 그 서비스를 다시 구매할 가능성이 높을 것이다. Oliver(1980)는 고객 만족이 태도에 영향을 미치고 이 태도에 대한 영향은 계속해서 재구매 의도에 영향을 미친다는 가설을 세웠다. 분석 결과를 통해 이와 같은 가설이 입증되어 결국 고객 만족은 태도에 긍정적인 효과를 미친다고 확인할 수 있었다. 그리고 긍정적인 태도는 구매 의도를 증가시킨다는 사실도 검증되었다. Cronin과 Taylor(1992)의 연구 결과도 고객 만족이 구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 많은 선행 연구들에서 고객 만족이 구매 후 태도뿐 아니라 구매의도에도 영향을 미친다는 것이 검증되었다.

이와 같은 선행 연구 결과를 토대로 우수한 대학 웹사이트의 서비스는 사용자 만족과 연결되어, 사용자가 향후에 다시 대학 웹사이트를 사용하고자 할 수 있음을 추론해 볼 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설이 도출될 수 있다.

가설 2: 사용자 만족은 재사용 의도와 유의한 상관관계가 있을 것이다.

Ⅲ. 실증 분석 및 결과

3.1 연구 변수들의 조작적 정의

본 연구 모형의 가설들을 검증하기 위해 각 연구 변수들에 대한 조작적 정의를 다음과 같이 정의하였다. 기존의 서비스 품질 항목들에 대한 정의는 각 항목들이 의미하는 기본적인 개념을 훼손하지 않는 범위 내에서 대학 웹사이트에 적합하도록 조작적 정의를 내렸다. 다음 <표 1>은 본 연구에서 사용된 각 변수들의 조작적 정의를 나타내고 있다.

<표 1> 연구 변수들의 조작적 정의

연구 변수	조작적 정의
유형성	대학 웹사이트의 외형과 사용자와의 의사소통(웹사이트의 시각적 측면, 처리 속도, 사용의 편리성)
신뢰성	업무의 정확성과 일관성(업무처리에 대한 약속 이행, 문제상황에 대한 대처 정도, 제공된 서비스에 대한 신뢰 정도, 약속시간 준수)
응답성	사용자에게 신속한 서비스를 제공하려는 자발적인 자세와 즉각적인 서비스 제공(서비스의 적시성, 사용자의 요구에 대한 즉각적인 응답 정도, 사용자를 돕고자 하는 자발성 정도)
확신성	웹마스터의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 능력(웹마스터의 친절과 신뢰감, 웹사이트의 안전성)
공감성	대학 웹사이트가 사용자에게 기울이는 관심과 사용자의 목표 및 요구사항에 대한 이해 정도(사용자와 그들의 욕구를 알려는 노력, 웹사이트의 접근용이성, 사용자에 대한 부가서비스)
사용자 만족	대학 웹사이트 사용자들이 느끼는 전반적 만족도
재사용 의도	대학 웹사이트 사용자들의 적극적인 재이용 의도

3.2 자료수집과 분석방법

예비조사를 거쳐 만들어진 최종 설문지를 이용하여 대학 웹사이트를 이용해 본 경험이 있는 학생들을 대상으로 260부의 설문지를 배부하였다. 배부된 설문지는 216부가 회수되었으며 그 중에서 불성실하게 응답한 설문지 11부를 제외한 205부가 분석에 이용되었다.

본 연구에서의 수집된 자료는 사회과학통계패키지인 SPSS를 이용하여 분석하였다. 각종 인구통계변수를 파악하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 각 설문 문항의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 신뢰성 검증(reliability test)과 요인분석(factor analysis)을 실시하고, 연구모형 내의 변수간의 상관관계 및 가설을 검증하기 위해 상관관계 분석과 다중회귀분석을 실시하였다.

3.3 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에 이용된 설문 항목들은 기존 연구들에서 타당성과 신뢰성을 인정받은 것들을 기반으로 구성되었지만 그 측정 대상이 웹사이트라는 새로운 개념이고 문항도 변형되었으므로 과연 측정도구로서 각 문항이 대표하는 구성개념을 적절하게 측정하고 있는가를 검증해야 한다. 이를 위해 요인분석을 실시하였으며, 이 요인분석의 결과 부적절한 항목들이 1차로 제거되었다. 요인추출은 주성분분석(Principal Component Analysis) 방법을 이용하여 eigenvalue가 1이상인 요인들을 추출하였고 요인의 차원에 적합시키기 위해 varimax 회전을 실시하였다. 그 결과 각 문항의 요인적재치(factor loading)를 검토하여 이론 모형에 필요한 4개의 요인을 선택하였다. 다음으로 각 요인별 적재치를 살펴 0.5이상인 변수들만을 선택하였다.¹⁾

다음으로 요인분석을 통해 타당성에 문제가 있는 변수들을 제거한 후 신뢰성 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 이용하여 최종적으로 분석에 사용될 변수들을 추출하였다. 이 결과는 <표 2>에 나와 있으며 이 표의 요인적재치는 변수제거 후 남은 변수들만을 가지고 요인분석을 한 결과이다. 이 결과를 보면 각 요인별로 문항들이 잘 묶여 있으며 α 계수도 모두 0.6 이상으로 탐색적 연구로서는 충분한 수준이다.

<표 2> 독립변수 측정항목의 요인분석과 신뢰성계수

변수	문항	요인 적재치	교유치	설명분산	누적설명분산	Cronbach's α
신뢰성	신뢰02	.754	2.389	17.062	17.062	.7489
	신뢰01	.721				
	신뢰04	.663				
	신뢰03	.630				
응답성	응답03	.760	2.274	16.240	33.302	.7364
	응답04	.715				
	응답05	.617				
	응답02	.580				
공감성	공감05	.869	2.144	15.318	48.620	.7107
	공감04	.685				
	공감06	.624				
유형성	유형06	.838	2.008	14.343	62.962	.6654
	유형05	.738				
	유형02	.547				

1) 어느 정도의 요인적재치가 선택될 수 있는가는 변수의 수와 관측치의 수, 분석의 형태 등에 따라 달라질 수 있지만 Hair 등(1994)에 의하면 0.3이상은 유의적이며, 0.4이상은 보수적 기준, 0.5이상은 매우 유의적이라고 했으나 일반적으로 0.5~0.6이상의 적재치를 선택의 기준으로 삼는 경우가 많다. 따라서 본 연구에서는 설문문항에 대해 탐색적 연구의 성격을 가지므로 0.5 이상인 변수들을 포함시켰다.

3.4 가설 검증

3.4.1 서비스 품질 요인과 사용자 만족과의 관계

대학 웹사이트의 서비스 품질이 사용자 만족과 유의한 상관관계가 있을 것이라는 가설 1은 회귀분석을 통해 살펴본 결과, 확신성을 제외한 세부 가설들이 모두 지지되었다.(<표 3> 참조). 즉, 지각된 서비스의 유형성(가설 1-1), 신뢰성(가설 1-2), 응답성(가설 1-3), 공감성(가설 1-5)은 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스 품질의 각 요인이 사용자 만족에 미치는 영향력의 크기는 응답성, 공감성, 유형성, 신뢰성의 순으로 나타났다.

<표 3> 서비스 품질 요인과 사용자 만족과의 회귀분석 결과

독립변수	B	Std. Error	Beta	t-value	Sig. t	
신뢰성	0.231	0.042	0.287	5.442	0.000	R ² = 0.450 Adj. R ² = 0.439 F = 40.555 Sig. F = 0.000
응답성	0.314	0.042	0.391	7.414	0.000	
공감성	0.280	0.042	0.348	6.605	0.000	
유형성	0.247	0.042	0.307	5.832	0.000	

3.4.2 사용자 만족과 재사용 의도와와의 관계

사용자 만족과 재사용 의도가 관계가 있을 것이라는 가설 2는 회귀분석 결과 통계적으로 유의적이며 정(+)의 방향을 가지고 있으므로 가설 2는 지지되었다. <표 4>는 사용자 만족과 재사용 의도와와의 회귀분석 결과를 나타내고 있다.

<표 4> 사용자 만족과 재사용 의도와와의 회귀분석 결과

독립변수	B	Std. Error	Beta	t-value	Sig. t	
사용자 만족	0.560	0.065	0.516	8.586	0.000	R ² = 0.266 Adj. R ² = 0.263 F = 73.716 Sig. F = 0.000

이상의 분석 결과는 서비스 품질을 높게 평가하면 서비스 만족과 서비스 재사용 의도도 높아짐을 나타내고 있다. 따라서 본 연구에서도 대학 웹사이트 서비스 품질의 제고는 대학의 목적 달성에 필수적인 고객의 서비스 만족과 서비스 재사용의도를 향상시키기를 시사하고 있다. 이는 대학 웹사이트의 운영자들에게 웹사이트의 성과를 향상시키기 위해서는 본 연구에서 제안한 서비스 품질 요인들에 대한 지속적인 관리가 요구되며, 이를 고려한 대학 웹사이트의 구축이 매우 중요함을 의미하고 있다.

IV. 결 론

본 연구는 인터넷을 기반으로 한 정보시스템인 대학 웹사이트의 서비스 품질에 초점을 두고 서비스 품질과 관련한 Parasuraman, Zeithaml과 Berry(1988, 1991, 1994)의 서비스 품질 모형에 기초한 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성 등의 5가지 측정 범주를 기초로 서비스 품질을 측정하고 서비스 품질이 사용자 만족과 결과 변수로서 재사용 의도에 미치는 과정을 살펴보았다.

연구 결과 서비스 품질 요인들이 성과에 부분적으로 영향을 미친다는 사실을 발견하였다. 대학 웹사이트에 대한 사용자 만족에 영향을 주는 서비스 품질 요인은 응답성, 공감성, 유형성, 그리고 신뢰성인 것으로 나타났다. 이는 실제 상점이나 기업에서 고객과 마주하며 제공하는 유·무형의 서비스와는 달리 인터넷의 특성상 웹마스터의 지식과 예절, 신뢰와 자신감을 전달하는 능력보다는 즉각적인 서비스 제공을 나타내는 응답성, 사용자의 입장에 대한 배려 측면인 공감성, 웹사이트의 시각적 측면과 사용의 편리성 측면의 유형성, 그리고 신뢰성이 사용자 만족에 더욱 의미있는 영향을 미친다고 풀이된다.

본 연구가 가지는 시사점을 설명하면 다음과 같다. 첫째, 아직 직접적인 연구대상으로 고려되지 않았던 대학 웹사이트의 서비스 품질에 대한 이론적 개념을 정립함으로써 추후의 더욱 심도있는 연구를 위한 기초적 틀을 제공할 수 있다. 이는 대학에서 웹사이트를 통한 정보의 제공과 처리가 초기 단계이고 이러한 시점에서 이루어진 탐색적 연구라는 사실을 고려할 때 상당한 의의가 있다 하겠다. 둘째, 최근 거의 모든 대학에서 웹사이트를 통한 홍보와 정보 제공을 행하고 있는 현실에 비추어 볼 때, 서비스를 제공하는 대학의 관리자와 운영자가 서비스 제공자의 입장에서 서비스를 어떻게 개선하여 제공할 것인지에 대한 단서를 제시하고 있다.

본 연구에서 나타난 결과 및 이의 해석은 본 연구가 지닌 한계점과 제약사항으로 인해 그 수용에 신중해야 할 것이며, 향후 이러한 문제점들을 해결하는 데 보다 엄밀한 연구가 수행되어야 할 것이다.

첫째, 본 연구에서 사용된 표본의 문제로서 전국의 사용자들을 대상으로 표본을 추출하지 못했기 때문에 해석의 오류가 있을 수도 있다. 따라서 더욱 광범위한 표본의 확보를 통하여 엄밀성을 높이려는 시도가 필요할 것으로 생각된다.

둘째, 본 연구의 핵심이라 할 수 있는 서비스 품질의 측정도구에 관한 문제로서 마케팅분야에서는 많은 연구가 이루어 졌지만 정보시스템 특히 웹사이트라는 가상적인 공간에서 제공되는 서비스 품질을 측정하는 데 한계를 지니고 있다. 실제로 서비스 품질의 측정항목들이 기존의 서비스 품질 측정항목을 기반으로 구성되었으나 표현이나 구성에 변형을 가했으므로 설문 항목에 대한 엄밀한 검증이 필요하다. 본 연구가 설문개발을 위한 연구가 아니며 탐색적 연구라는 점에서 어느 정도 용인될 수 있지만 앞으로 좀 더 세련되고 엄밀한 변수 및 설문개발의 필요성을 느끼게 한다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

이순룡, 품질경영론, 법문사, 1998.

이유재, "고객만족의 정의 및 측정에 관한 연구", 경영논집, 제 2 권, 1995

<외국문헌>

Babakus, E. and Mangold, W. G., "Adapting the SERVQUAL scale to Health Care Environment: An Empirical Assessment," in Paul Bloom, et al(eds.), AMS Educators' Proceedings, Chicago, IL: American Marketing Association, 1989.

Bailey, J. E. and Pearson, W. S., "Development of a Tool of Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction," Management Science, Vol. 29, No. 5, 1983.

Bitner, M. J., "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," Journal of Marketing, Vol. 54, April 1990.

Brown, T. J., Churchill, Gilbert A., Jr., and Peter, J. P., "Improving the Measurement of Service Quality," Journal of Retailing, Vol. 69, No. 1, 1993.

Churchill, Gilbert A., Jr., "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs," Journal of Marketing Research, Vol. 19, November 1979.

Cronin, J. Joseph, Jr. and Taylor, S. A., "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," Journal of Marketing, Vol. 56, July 1992.

Doll, W. J. and Torkzadeh, G., "The Measurement of End-User Computing Satisfaction," MIS Quarterly, 1988.

Ein-Dor, P. and Segev, E., "Organizational Context and the Success of Management Information System," Management Science, Vol. 24, No. 10, 1978.

Hamilton, S. J. and Chervany, N. L., "Evaluating Information System Effectiveness Part I: Comparing Evaluation Approaches," MIS Quarterly, Vol. 5, No. 3, 1981.

Ives, B., Olson, M. H. and Barouddi, J. J., "The Measurement of User Information Satisfaction," Communications of the ACM, Vol. 26, 1983.

Kalakota, R. and Whinston, A. B., Frontiers of Electronic Commerce, Addison Wesley Publishing Company, 1996.

Kettinger, W. J. and Lee, C. C., "Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function," Decision Science, Vol. 25, No. 5, 1994.

Kettinger, W. J., Lee, C. C., and Lee, S., "Global Measures of Information Service Quality: A Cross-National Study," Decision Science, Vol. 26, No. 5, 1995.

Kettinger, W. J., Lee, C. C., and Lee, S., "Pragmatic Perspectives on the Measurement of Information Systems Service Quality," MIS Quarterly, Vol. 21, No. 2, 1997.

- Lucas, H. C., "Empirical Evidence for a Descriptive Model of Implementation," *MIS Quarterly*, 1978.
- Oliver, Richard L., "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision," *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, September 1980.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., and Berry, L. L., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall 1985.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., and Berry, L. L., "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., and Berry, L. L., "Reinforcement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, Vol. 67, Winter 1991.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., and Berry, L. L., "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research," *Journal of Marketing*, Vol. 58, January 1994.
- Pitt, F. L., Watson, T. R., and Kavan, C.B., "Service Quality: A Measure of Information System Effectiveness," *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, 1995.
- Pitt, F. L., Watson, T. R., and Kavan, C. B., "Measuring Information System Service Quality: Concerns for a Complete Canvas," *MIS Quarterly*, Vol. 21, No. 2, 1997.
- Srinivasan, A., "Alternative Measures of System Effectiveness: Association and Implications," *MIS Quarterly*, Vol. 9, No. 3, 1985.
- Swanson, E. B., "Management Information System: Appreciation and Involvement," *Management Science*, Vol. 21, No. 2, February 1974.
- Van Dyke, T. P., Kappelman, L. A., and Prybutok, V. R., "Measuring Information System Service Quality: Concerns on the Use of the SERVQUAL Questionnaire," *MIS Quarterly*, Vol. 21, No. 2, 1997.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., and Daly, R. T., "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, 1989.