

여성복 구매후 불평행동과정 연구

우석대학교 의상학과

조교수 김 성 희

숙명여자대학교 의류학과

교수 이 선 재

目 次

I. 서 론

II. 이론적 배경

III. 연구방법 및 절차

IV. 결과 및 논의

V. 결론 및 제언

참고문헌

ABSTRACT

I. 서 론

패션산업의 성숙기에 들어선 1980년대 후반부터 상품 선택의 폭의 다양화와 더불어 소비자들은 양 위주의 소비에서 벗어나 소비지향, 상표지향, 개성 지향적 성향을 보이고 있어 더 이상 수동적인 소비 주체로서가 아니라 능동적 소비주체로서 제품을 탐색하고 구매하므로 기업에게 있어 최우선 과제는 소비자의 욕구와 필요를 파악하여 고객을 만족시키는 것이 되었다.

고객만족은 품질 좋은 상품을 제공할 하는 것과 더불어 상품에 대한 불만족을 최소화해 시켜 줌으로써 가능하다. 이러한 불만족의 최소화 방안의 하나로 불평행동의 활성화를 들 수 있다. 소비자들이 불평행동 기회를 통해 불만을 만족스럽게 해결한다면 이는 곧 제품의 재구매로 이어질 수 있으며 실사 불평행동을 통해 만족스러운 결과를 얻지 못했다 하여도 처리과정의 공정성에 따라서 재구매의도를

갖게 될 수 있다. 그러나 불평행동기회가 상실되면 소비자들은 불만족을 만족스럽게 해소하지 못하고 이에 따라 상표전환이나 상점전환을 하게 되며 제3의 소비자들에게 부정적인 구전을 할수도 있다. 특히 의류제품이란 구매시 결정에 대해 쉽게 불만족 할 수 있고 상표선택의 폭이 다양하므로 이러한 상표 전환이나 이탈 또는 부정적 구전행동 등이 일어나기가 쉽다. 따라서 의류 소비자들의 불평행동에 대한 체계적이고 구체적인 연구가 요구된다. 이에 본 연구에서는 불평행동과정을 총합적으로 규명하고자 하며 불평행동 과정별로 불평행동 영향변인이 불평행동의도 및 재구매의도에 미치는 영향을 구체적으로 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 불평행동 개념 및 유형

소비자 불평행동은 제품 구매후 평가 및 감정이 불만족스러웠을 때 발생하는 것으로 어떤 형태의 조치를 취하고 해결하려고 하는 일련의 과정이다. 이러한 불평행동은 그 동안의 연구에 있어 기준에 따라 단일차원, 행동적인 것과 비행동적인 2차원 또는 3차원으로 주장되었다.

Bearden과 Teel(1983)은 자동차 수리와 서비스에 관한 연구에서 기대와 기대 불일치에 따른 불만족의 종속변수로서 불평행동을 하나의 구성개념으로 파악하고 경로분석을 실시하였다.

Day와 Landon (1977)은 불평행동을 두단계의 위계적 틀로 분류하였다. 첫번째 단계는 불평행동과 비불평행동을 구분하는 것이며, 두번째 단계는 불평행동의 대상에 따라 공적 행동과 사적 행동으로 구분하는 것이다. 공적 행동은 보상이나 교환을 받거나 소비자 단체에 고발하는 행위, 법적인 행동을 취하는 것을 말하며, 사적 행동은 친구나 친지에게 부정적인 구전을 하거나 그 상점을 더 이상 이용하지 않는 것을 말한다.

Day(1980)는 Day와 Landon(1977)이 가정한 소비자 불평행동 유형의 행위/비행위의 하위체계에 있어 행동적인 부분에 관한 새로운 기준을 제시하였다. 소비자들은 얻으려고 하는 목적에 따라 불평행동을 결정한다. 즉 불평 목적에 따라 보상추구, 부정적 구전, 개인적 불매를 결정하는데 보상추구는 직접 또는 간접적으로 판매원, 제조업자 등으로 부터 보상을 얻으려는 것이 목적이며 제조업자에게 불평하는 것, 법적인 행동을 취하는 것 등을 포함한다. 부정적 구전은 보상을 바란 다기보다는 다른 사람에게 불만족을 전달하려는 것으로 미래의 소비자 행동에 영향을 끼치려 하거나 구전을 통하여 다른 사람들의 행동에 영향을 미치고자 하는 것이다. 개인적 불매는 제품, 상표, 상점 또는 제조업자에 대한 이용중지를 결심하거나 중지하는 것을 말한다.

Lawther, Krishnan, Valle(1979)은 불평행동의 유형이 상호간에 어떤 위계를 갖는 것으로 보았는데

첫째는 불평/비불평을 결정하는 단계, 둘째는 여러 가지 행동 중 하나 혹은 그 이상의 행동을 선택하는 단계, 셋째는 2단계까지의 행동의 결과로 소매업자로부터 얻을 수 있는 보상이 실패했을 때, 새로운 행동을 선택하는 것을 말한다. 그들은 이 분류에서 공적 행동을 사적 행동이 고려되거나 행해진 다음에 일어나는 사적 행동 다음의 위계로 고찰하였다.

Hirshman(1970)은 소비자 불만족과 관련된 행동을 이탈(exit), 보상추구(voice), 충성(loyalty)의 3가지 유형으로 정의하였다. 이탈은 소비자가 기업의 상품을 구매하지 않는 것을 말하며, 보상추구는 소비자가 불만족을 직접적으로 경영자에게 표출하는 것이며 충성은 이탈하지 않는 것으로, 이탈은 하지 않지만 그러나 그 이상도 이하도 아닌 것을 말한다. Singh(1988)도 소비자 불평행동의 개념 구성과 성격 이해하기 위하여 불평행동의 의도와 실제 행동여부에 대한 요인분석을 하여 불평행동이 소매상이나 기업에 직접적인 행동을 취하는 직접 행동, 친구나 주변 사람들에게 불평을 하는 사적 행동, 소비자 보호단체, 언론, 사법기관을 통해 행동을 취하는 제3기관 행동등의 세 가지 차원임을 주장하였다.

2. 소비자 불평행동 모델

Landon(1977)은 소비자 불평행동에 관한 이론적 모델을 처음으로 시도하였는데 불평행동은 불만족, 중요성, 불평의 효익, 개성에 의해 영향을 받는다고 하였다. 이에 대해 Richins(1983)는 소비자 불평행동은 만족/불만족 평가, 귀인 평가, 대체안 평가의 3가지 과정이 중심을 이루고 이밖에 외생변인들이 작용하여 일어난다고 하였다. 외생변수는 제품, 개인, 상황과 관련된 3가지가 존재하는데 제품과 관련된 외생변수에는 제품의 중요성과 복잡성이 포함되며 개인적 외생변수로는 소비자의 개성, 가치관, 시간압력, 재무적 상태가 포함되고 상황적 외생변수에는 구매 및 소비환경(탐색시간, 판매원과의 상호

작용, 누가 실제로 그 제품을 소비하는 가), 가족 및 사회적 배경(불만족과 불평행동에 대한 가족과 친구들의 의견, 가족 구성원의 역할, 준거집단의 영향)이 포함된다. 만족/불만족 평가는 제품 성과에 대한 기대와 소비자가 실제로 지각한 제품 성과의 비교라고 하였고 귀인 평가는 인과관계의 귀인과 책임의 귀인으로 불만족의 원인과 책임이 누구에게 있다고 생각하느냐에 따라 불평행동이 달라진다는 것이다. 대체안 평가에는 대체안의 비용과 이익, 인지된 발생확률, 불평대체안의 바람직함등이 포함된다.

이러한 Landon(1977)과 Richins(1983)의 모델을 발전시켜 Day(1984)는 불평행동의 상황적, 개인적 변수에 초점을 두어 소비의 중요성, 소비자의 지식과 경험, 불평행동의 인지된 비용, 불평행동 성공에 대한 주관적 확률의 4개의 예측변수와 불평행동 태도에 대한 1개의 매개변수를 제시하였다. 이 모델에서는 불만족이 불평행동의 동기는 유발하지만 불평행동의도에 영향을 미치는 변수가 아니라고 주장하여 논란이 되어 왔다.

Singh과 Robert(1991)는 불평행동에 대한 기대-가치 이론을 도입해 불평행동을 설명했다. 개인적 특성, 인구통계학적 특성과 환경적 영향이 일반적 감정, 사전 불평행동 경험, 귀인에 영향을 미치며 이것들은 불평행동에 대한 태도와 함께 각각의 보상추구 행동, 사적 행동, 제3기관 불평행동 등의 불평행동 기대-가치에 영향을 미치고 다시 개개의 불평행동 기대-가치는 해당 불평행동 의도와 행동에 영향을 미치며 의도와 행동사이에는 상황적 요인이 작용한다.

Blodgett과 Granbois(1992)는 기존의 연구와 달리 불평행동을 역동적 과정으로 보아 불평행동의 과정에 있어 보상추구행동이 다른 불평행동보다 선행된다고 하였다. 기대 불일치, 귀인, 부정적 감정이 불만족에 영향을 미치고 불만족은 안정적 귀인, 불평행동 성공가능성, 불평행동태도, 상점충성, 통제

적 귀인, 불평행동비용에 영향을 미치며 제품의 중요성이 매개변수가 되고 이들 요인이 보상추구행동 여부에 영향을 미치며 보상추구 행동 여부에 따라 여러 양상의 행동을 나타낸다.

이상의 불평행동 유형과 모델을 통해 의류 소비자의 불평행동 양상을 분석해 보면 의류 상품에 불만족한 소비자들은 보상추구행동, 이탈행동, 부정적 구전행동, 제3기관 불평행동 등을 할 수 있는데 우선 상점에 교환이나 환불, 수선 등의 보상추구 행동 여부를 결정하고 나서 그 결과에 따라 유기적인 행동을 하는 것으로 볼 수 있다. 즉 보상을 추구한 소비자는 보상추구행동 후 상점의 처리결과에 따라 불만족하면 부정적 측면의 부정적 구전행동, 이탈행동이나 제3기관 불평행동 등을 하게 되며 상점의 처리에 만족하면 긍정적 측면의 긍정적 구전행동 및 재구매 등의 행동을 한다. 보상을 추구하지 않은 비보상추구과정 소비자는 비불평행동, 부정적 구전행동, 이탈행동을 하거나 경우에 따라서 재구매를 하는 것으로 볼 수 있다.

3. 불평행동 영향변인

소비자의 불평행동 과정에 영향을 미치는 변인들을 살펴보면 크게 불만족 변인과 개인적 변인 및 상황적 변인으로 나누어 살펴볼 수 있다.

1) 불만족 변인

불평행동은 불만족의 강도에 따라 그 유형이 달라지며 불만족은 불평행동의 필요조건이며 매우 중요한 결정변인이라는 주장이 여러 학자들에 의해 제시되고 있다(Landon, 1977; Prakash, 1991; Lee와 Orose, 1994). 그러나 불평행동에 있어 불만족이 불평행동과 다른 차원으로 연구되기도 한다. Day와 Landon(1976)은 심한 불만족을 경험한 소비자를 대상으로 소비자들이 어떤 행동을 하는가를 조사한 결과 단지 20-30%의 소비자만이 판매자에게 불평

하는 것을 밝혀냈다. 이에 Day(1984)는 불평행동은 이론적으로는 불만족에 의해 야기되는 것이지만 개인적 또는 상황적 요소에 의해 영향을 받는 독특한 행동으로서 불평행동은 불만족의 강도와 관계없으며 불만족은 소비자가 하나 혹은 그 이상의 불평행동에 참여할 것을 고려하는데 동기를 부여하는 것으로 불평/비불평에 대한 의사결정과정을 결정하는 요소는 아니라는 것이다. 따라서 불만족이 불평행동의 필요조건이긴 하지만 충분조건은 아니라는 주장을 하였다.

그러나 불만족이 불평행동과 다른 차원에서 연구되는 이유는 불만족의 영향력이 약해서라기 보다는 불만족 이외의 개인적, 상황적 변인들이 불평행동에 영향을 미치기 때문이므로 이들의 관계를 규명함으로써 불평행동의 구조와 특성이 밝혀질 수 있을 것이라고 본다. 이에 따라 불만족의 개념을 보면 그 동안의 연구에서 계속 논란이 되어 왔는데 불만족이 인지적 과정이라는 주장(Anderson, 1973; Oliver, 1980; Swan & Trawick, 1981; Churchill & Surprenant, 1982; Woodruff 등, 1991)과 감정적 반응이라는 주장(Westbrook, 1987; Babin과 Darden, 1995) 및 인지적 과정과 감정적 반응의 총체적 구조(Oliver, 1993, 1994; Mano와 Oliver, 1993)라는 주장이 있다. 불평행동과의 관계에 있어서도 Oliver (1987), Daine (1989), Bearden과 Teel(1983) 등은 인지적 과정과 불평행동에 관한 관계를, Westbrook (1987), Susan 등(1994)은 감정적 반응과 불평행동과의 관계를 연구하였고, 최근들어 Hunt(1993), Blodgett와 Granbois(1992, 1995) 등은 불만족을 인지적 평가과정 및 감정 반응으로 보고 불평행동과의 관계를 연구해야 한다고 하였다.

의류제품의 관점에서 볼 때 의복은 물리적 속성과 심미적 속성이 공존하고 있을 뿐 만 아니라 사회적, 심리적 영향력이 큰 상품이고 따라서 의류 상품에 대한 소비자 만족/불만족 과정은 구매후 상품에 대한 구매전 기대와 구매후 제품의 성과를 비교하

여 평가하는 논리적이고 인지적인 평가 과정만을 거치는 것이 아니라 상품의 소비시에 느끼는 감정도 의복의 만족/불만족을 형성한다고 볼 수 있다. 따라서 의류상품에 대한 만족/불만족은 인지적 관점(기대, 기대불일치, 제품의 성과) 및 감정적 관점의 통합적 개념으로 설명될 수 있다. 이에 의류 소비자의 불평행동을 연구함에 있어서도 인지적 관점과 감정적 관점의 총체적 개념의 불만족변인을 설명변인으로 포함하고자 한다.

2) 개인적 변인

(1) 불평행동 태도

태도란 특정한 상황에서 특정 대상이나 행동에 대해 지속적으로 가지고 있는 마음가짐 또는 잠재적 행동 과정이나 상태라고 할 수 있으며 Richins (1982, 1983, 1987) 및 Bearden과 Mason (1984)은 불평행동 태도를 개인이 지니는 보상추구에 대한 성향이라고 하였다. 즉 불평행동 태도에 따라 어떤 소비자는 제품에 불만족했을 때 단호하게 보상추구 행동을 하는가 하면 어떤 소비자는 제품에 많이 불만족하더라도 보상추구 행동을 주저하게 되는 것이다. Day 등의 연구(Day와 Ash, 1979; Day와 Bodur, 1978; Day와 Landon, 1976)에서도 보상추구행동에 망설이는 소비자들은 보상추구 행동을 하는 대신 부정적 구전행동이나 이탈행동을 하는 것으로 나타났다. Day(1984)는 불평행동 유형을 예측하기 위한 측정변수로 불평행동에 대한 태도를 4개의 다른 예측변수에 대한 하나의 조정변수로 제시하였고, Singh(1989)도 의료기관에 불만족한 환자가 제3기관에 불평하는데 대한 연구에서 불평행동 태도의 규범적 차원이 보상을 추구하려는 소비자 의도에 긍정적 또는 유의적으로 영향을 미친다는 것을 발견했다.

또한 Halstead 와 Droge(1991)도 양탄자 구매자를 대상으로 전화조사를 실시하여 조사집단을 비불평자, 불평자, 교체자의 3개 집단으로 분류하고 불

평행동에 대한 개인적 규범, 불평행동을 하는데 드는 부정적 감정, 판매원의 반응 등의 불평행동태도 변수가 여러 가지 불평행동의도에 미치는 영향을 조사한 결과 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 Richins(1982)는 불평행동에 대한 태도를 3가지 요인으로 구성하여 태도와 행동간의 관계를 조사한 결과 의미있는 관계가 있음을 밝혔다. 따라서 불평행동태도는 소비자들이 보상을 추구할지 또는 부정적 구전행동이나 이탈 등의 행동을 할지 등의 불평행동여부를 예측할 수 있는 중요한 변수의 역할을 한다고 볼 수 있다. 이에 의류 소비자의 불평행동을 예측하는데 있어서도 불평행동 태도가 불평행동 의도나 불평행동여부에 영향을 미칠 수 있다고 보고 평소 의복 구매와 관련하여 불평행동에 대해 느끼는 태도를 불평행동시 제기되는 점원과의 커뮤니케이션 문제, 불평행동자체에 대한 태도 및 행동경향으로 구성하고자 한다.

(2) 불평행동 경험

불평행동에 관한 지식이나 경험이 많을수록 불평행동의 성향이 높다는 것은 일반적인 사실이며 불평행동의 유형을 선택하는데 있어서도 지식이나 경험이 영향을 미칠 수 있다. 즉 과거에 불평행동을 해 본 경험이 있는나 없느냐가 당면한 제품이나 서비스의 불만족과 관련한 불평행동들의 선택 여부 및 문제해결에 적합한 불평행동의 유형이 무엇인지를 결정하는데 상당한 영향을 준다. Day 등 (1981)은 소비자 불평행동과 관련한 연구에서 과거에 있었던 상품이나 서비스의 구매경험, 사용경험, 보상추구 경험이 불평행동에 영향을 준다고 하였다. 또한 Prakash (1991)와 권경수(1995)도 소비자가 불평행동에 대한 사전 경험의 횟수가 많을수록 불평행동에 대한 사전경험이 없는 사람보다 불만족시 불만족감을 더욱 강하게 느끼며 더 높은 불평행동의도를 갖는다고 하였다. Singh(1989)은 제 3기관 불평

행동을 연구하는데 있어 사전 불평행동 경험이 불평행동태도 및 가치, 그리고 불평행동의 성공 가능성에 영향을 미치며 불평행동 의도에도 영향을 미친다는 사실을 LISREL 분석을 통해서 밝혀냈다. 이러한 불평행동에 대한 경험은 불평행동 태도와 상호관련하여 불평행동을 설명해주는 역할을 한다. 따라서 본 연구에서도 불평행동태도와 더불어 불평행동경험을 교환, 환불, 수선 등의 보상추구행동에 대한 경험, 부정적 구전 행동경험, 제 3기관 불평행동 경험으로 구성해 불평행동과의 관계를 연구해 보고자 한다.

(3) 상점 충성

Hirshman(1970)은 충성도가 높은 피고용인은 작업환경이 나쁘거나 효율적이지 못한 정책 사항등에 대해서는 항의를 하거나 불만을 표현하나 충성도가 낮은 피고용인은 아무말 없이 직장을 떠날 가능성이 높다고 하였다. 즉 충성도가 높은 피고용인은 말없이 직장을 떠나는 대신 조직이 잘 되도록 불만을 토로하고 종종 이탈할 의사를 밝히기도 하지만 이는 조직개선을 위한 위협에 지나지 않는다는 것이다. 그러나 충성도가 낮은 피고용인은 항의나 불만의 표출없이 조직을 떠나기 때문에 회사로서는 문제가 존재한다는 사실을 깨달을 수가 없다. 이와 관련하여 Blodgett와 Granbois(1992)는 불평행동에 있어서도 상점 충성도가 높은 소비자는 제품에 불만족하였을때 상점에 직접적인 불평을 할 가능성이 비상점충성 소비자 보다 더 높다고 하였다. 이들 소비자는 상점에 애착을 가지고 있고 상점이 계속 잘 되어나가기를 바라기 때문에 상점의 제품에 문제가 있으면 이것을 적극적으로 고치려고 노력한다는 것이다. 동시에 상점 충성도가 없는 소비자들과 비교해 볼때 상점충성도가 높은 소비자가 제품에 불만족하였을때 이탈행동을 덜 할 것이라고 하였다. 다시말해 소비자들은 상점에 대한 애착이나 관심때문에 상점에 다시 한번 기회를 부여한다는 것이다. 또

한 부정적 구전 행동도 이와 마찬가지로의 이유에서 적게 할 것이라고 하였다. 이에 불평행동을 연구하는데 이제까지 상점충성이 설명변인으로 많이 연구되지는 않았으나 불평행동 양상을 설명하는 영향력 있는 변인으로 생각되어 상점충성에 대한 행동적 관점을 추정하여 불평행동 영향변인으로써 연구해 보고자 한다.

3) 상황적 변인

(1) 귀인

소비자 불평행동의 측면에서의 귀인이론은 제품의 실패이유에 대하여 사람들이 인지하는 것에 따라 소비자들이 대응하는 모습이 달라진다는 것으로 귀인에 대한 통제의 위치, 원인의 안정성, 통제 가능성에 따라 불평행동과의 관계가 연구되고 있다.

Folkes(1984)는 제품결합에 대해 외적 귀인을 하는 소비자는 반환, 교환 혹은 사과에 대한 요구를 많이 하며, 내적 귀인을 하는 소비자는 보상추구를 더 적게 한다고 하였다.

Richins(1983)는 외적 귀인과 부정적 구전행동, 불평행동과의 관계를 살펴본 결과 외적 귀인과 부정적 구전행동이나 불평행동간에 관계가 있는 것을 밝혔다.

Blodgett와 Granbois(1992)는 안정성 귀인과 통제 귀인이 재구매의도와 부적 관계를 나타내며 또 Blodgett등(1995)은 안정성 귀인과 통제성 귀인이 부정적 구전행동, 긍정적 구전행동, 재구매의도와 관계가 있음을 밝혔다. 따라서 소비자가 외적 귀인을 하느냐 내적 귀인을 하느냐에 따라 보상추구 행동에 영향을 미칠 수 있다. 이에 의복의 불만족 원인을 제조업자에게 돌리는 외적 귀인을 상황적 변인에 포함시켜 불평행동을 설명하고자 한다.

(2) 불평행동 비용

Day(1984)는 불평행동 의사결정의 개념적 모형에 대한 예측변수로서 소비자가 불평과정의 비용을

어느 정도 인식하느냐에 따라 불평행동을 할 것인지 또는 아무것도 하지 않을 것인지에 대한 의사결정을 한다고 하였다.

Richins(1979)도 소비자 불평행동이 세가지 인지적 과정 즉 만족/불만족 평가, 귀인 평가, 대안 평가로 구성되며, 소비자의 기존의 태도, 신념등의 외생변수에 의해 영향을 받고, 불평행동의도→행동→결과로 구성된다는 모델을 제시하였다. 그는 대체안의 평가과정에서 소비자가 불평행동에 대한 비용과 이익을 평가하게 되는데 비용·이익은 각각 경제적·심리적 차원을 가지고 있다고 설명한다. 이때 경제적 비용은 불평행동을 하는데 드는 시간과 비용을 포함하며, 심리적 비용은 판매원에 의해 발생되는 불쾌한 감정으로 구성되어 있다고 하였다. 이광주(1992)와 권경수(1995)는 소비자들이 기업이나 외부기관을 통한 공적 불평행동을 취할때 다른 불평행동에 비해 훨씬 많은 불평비용을 지각한다고 하였다. 박순희(1987)는 불평행동에 대한 이익이 비용보다 크더라도 성공확률이 낮으면 행동을 취하지 않을 수도 있으며 불평행동의 이익이 적어도 불평행동에 대한 성공 가능성을 확신하고 있는 경우는 불평행동을 취할 수 있다고 하여 불평행동비용은 보상받을 확률과 함께 연구되어야 된다고 주장하였다. 이에 본 연구에서는 불평행동에 드는 심리적·경제적 불평행동 비용과 보상받을 확률을 함께 연구하고자 한다.

(3) 보상받을 확률

Hirschman(1970)은 보상받을 확률이란 싸움없이 문제를 해결해 주려는 소매상의 의지(환불, 교환, 수선)에 대한 소비자의 인지를 말한다고 하였다. 어떤 상점은 모든 고객에게 불평 해결책을 마련해 준다는 평판을 가지고 있는가 하면 어떤 상점에서는 보상을 제공하지 않는다고 인식되는 경우가 있다. 보상받을 확률이 높다고 생각하는 소비자는 보상추구 행동을 하는데(Singh, 1990; Richins, 1983,

1987; Day와 Landon, 1976; 김문정, 1994) 이에 비해 보상받을 확률이 낮다고 인식하는 소비자는 이탈행동이나 부정적 구전행동을 하는 경향이 있다고 밝히고 있다(Singh 1990).

Granbois(1977)은 소비자들이 문제발생시 보상받을 확률에 대한 확신정도를 조사한 결과 소매상이 불만족스런 문제를 기꺼이 해결해줄 것이라고 믿는 사람은 77%였으며, 상점에서 문제를 해결해 주지 않을 것이라고 생각한 소비자는 25%였다고 하였다.

보상받을 확률은 어떤 소비자는 불만족을 느끼더라도 조용히 구매를 중단하거나 부정적 구전행동등을 하는가 하면 어떤 소비자들은 적극적인 보상추구행동을 취하는데, 이러한 행동양상을 설명하는데 도움을 준다. 따라서 의류 소비자의 불평행동에 있어서도 소비자가 인식하는 교환이나 환불, 수선 등의 보상 받을 확률이 어떤 양상으로 불평행동에 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

(4) 제품의 중요성

제품의 중요성이란 소비자가 다른 제품에 비해서 그 제품에 더욱 가치를 두는 것을 말한다(Richins, 1983; Laurent와 Kapferer, 1985; McQuarrie와 Munson, 1987). 소비자들은 자신이 중요하다고 생각하는 제품에 불만족하였을때 다른 때 보다도 스트레스를 더 많이 받으며 화를 낸다. 따라서 이렇게 화가 났기 때문에 상점에 해를 끼치고자 하는 생각에서 부정적 구전행동이나 상점이용을 중지할 가능성이 높다고 하였다(Folkes, 1984; Singh, 1990).

Hirschman(1970)은 소비자가 중요한 제품에 불만족 하였을때 불만을 항의할 가능성이 크다고 주장하였고 이러한 사실은 Richins(1985)의 연구에서도 증명되었다. Bearden과 Mason(1984)도 불만족한 제품으로 인한 손실이 크거나 문제가 심각할 경우에는 불평행동을 하게 된다고 하였다. 즉 소비자가 불만족하였을때 불평행동결정 여부는 판매자에게 불평행동을 하는데 드는 시간과 비용을 비교해

보아 불평할 가치가 있을 정도로 제품이 중요한가에 따라 결정된다.

Blodgett와 Granbois(1992)도 중요한 제품에 불만족한 소비자가 부정적 구전행동을 하거나 상점이용을 중지할 가능성이 높다고 하였다. 제품의 중요성은 불만족하고도 보상을 추구하지 않는 소비자들을 설명해 줄 수 있는 변수이다. 따라서 본 연구에서는 제품의 중요성을 구매시 의복에 대한 필요도와 다른 의복과 비교했을때의 중요도로 구성하여 연구해 보고자 한다.

(5) 인지된 공정성

인지된 공정성이란 불만족한 소비자가 그들의 불평에 대해 상점이 반응하는 것에 따라 만족 또는 불만족을 형성하며, 이 결과에 따라 부정적 구전행동이나 이탈행동을 하든지 아니면 재구매의도를 갖는지 한다는 것이다. 즉 상점에서 공정한 대우를 받지 못했다고 인지한 소비자는 부정적 구전행동을 하거나 다시는 재구매를 하지 않는다.

Gilly와 Gelb(1982)는 상점의 반응에 불만족한 소비자가 상점의 반응에 만족한 소비자에 비해 2배나 많이 부정적 구전행동을 한다는 사실을 밝혀냈다. Tax와 Chandrashenkaran(1992)은 자신들의 불평이 공정하게 다루어지지 않았다고 생각한 소비자들은 부정적 구전행동 의도가 매우 높고 재구매의도가 낮음을 밝혔으며, Goodwin과 Ross(1989)도 만약 소비자가 상점으로 부터 문제에 대해서 공정한 처리과정을 거쳐 공정한 대우를 받았다면 설사 처음에 불만족한 문제에 화가 났더라도 다시 재구매할 의도를 가지게 됨을 밝혀냈다. 따라서 인지된 공정성은 보상추구후의 소비자 행동양상을 예측할 수 있는 설명력있는 변수라 하겠다. 이에 본 연구에서는 판매원의 친절도, 즉각적인 문제처리 의사, 원하는 보상을 얻었는가에 대해 평가하도록 하여 이를 예측변인으로 포함하였다.

4. 불평행동과 재구매 의도

재구매의도는 주로 소비자 만족과 관련되어 일관성있게 입증되고 있으나 불평행동과의 관계에 대한 연구에서도 소비자 불평행동과 재구매의도 사이의 긍정적인 관계를 입증할 수 있는 연구가 이루어지고 있다. 불만족한 소비자의 54.3%가 불평행동으로 불만이 만족스럽게 해결될때 제품을 재구매할 것이라고 응답하였으며, 설사 불평행동에 대한 처리가 만족스럽게 해결되지 않았을 때도 20%미만의 사람들은 재구매의도를 갖는다는 사실을 발견하였다. 즉 불평행동하는 것은 제품 불만족에 의해 창출된 불협화를 해소하는데 도움을 주므로 불평후에 보다 높은 재구매의도를 창출한다는 것이다. 또한 Bearden과 Oliver(1985)는 기업이나 상점이 소비자가 공개적 불평을 토로할 기회를 증가시킨다면, 기업은 소비자에게 만족을 제공할 수 있는 기회를 제공하게 되며 따라서 보다 높은 재구매의도를 가져올 수 있다고 하였다.

Halstead와 Tomas(1992)도 소비자가 기업이나 상점에 불평을 할때 기업의 불평대응에 대해서 사전 기대를 형성하게 되며 불평 후 기업의 대응이 자신의 기대와 비슷하거나 더 높으면 만족하게 되고 좀 더 높은 재구매의도를 갖게 해준다고 하였다. 따라서 최종 만족은 처음에 불만족하였다 하더라도 이러한 과정을 거쳐 어느 정도 조정될 수 있으므로 만족/재구매의도 관계는 소비자 불평행동과 같은 매개변수에 따라 좌우될 수도 있다고 하였다.

Gilly(1987)도 불평행동을 하는 사람들의 재구매의도는 그들의 본래의 제품 만족수준 뿐만 아니라 불평요구가 다루어지는 과정에 대한 만족에 의해서도 좌우될 수 있음을 주장하고 불평에 대한 기업의 대응방법이 소비자의 불평행동 후의 행동에 영향을 미치는 과정을 모형화 하였다.

일반적으로 소비자가 불만족하고 상점에 보상을 추구하는 불평행동까지 하게되면 재구매를 하지 않

을 것이라고 생각하지만 연구결과 상점의 처리에 따라서 오히려 불평행동 이후에 재구매의도가 높아질 수 있음이 밝혀졌다. 따라서 본 연구에서도 불평행동 이후의 재구매의도까지의 과정을 밝혀 보고자 한다.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구모형

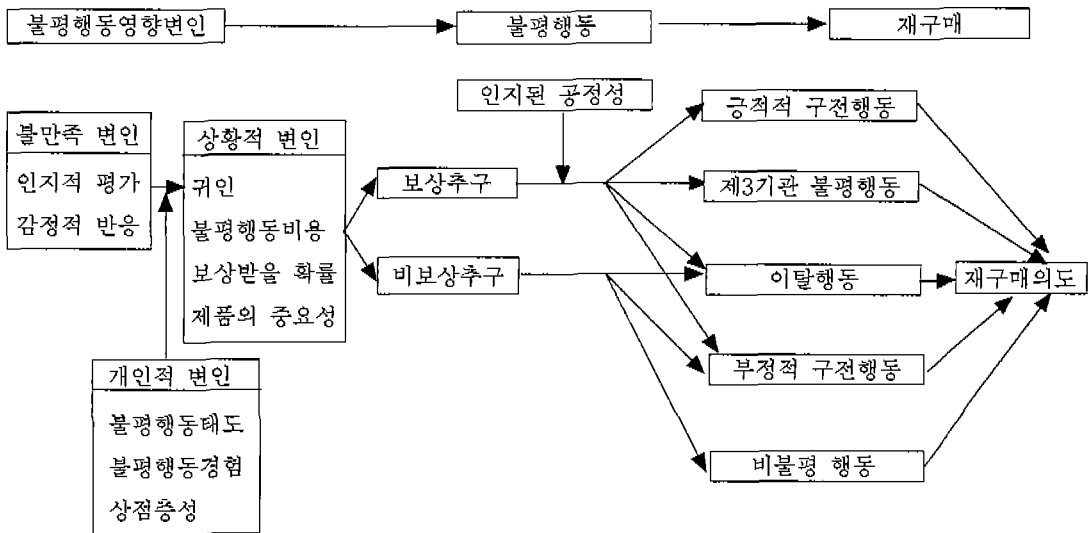
본 연구의 모형은 의복 구매후 불평행동에 관한 것으로, 소비자가 의복을 구매한 후 사전 기대와 실제 성과 사이에 부정적인 기대불일치를 겪으면 부정적 감정을 느끼게 되고, 이러한 인지적 평가과정과 감정적 반응이 함께 불만족을 형성하리라고 예상하였다.

그리고 소비자가 불만족을 느끼면 불만족이 불평행동에 동기를 유발하여 영향을 미치게 되는데, 불평행동은 불만족 변인만으로 설명이 되는 것이 아니라 이와 더불어 개인적 특성 및 상황적변인들의 영향을 받게 된다. 이때 상황적 변인은 불만족 변인과 개인적 변인의 영향을 받아 평가되며, 이들 불평행동의 제영향변인들은 불평행동양상에 영향을 미친다고 보았다.

우선 소비자들은 불만족을 경험하면 이탈행동이나 부정적 구전행동 행동을 하기보다는 상점에 교환이나 환불, 수선등의 보상추구행동 여부를 결정하고 이에 따라 보상추구과정이나 비보상추구과정을 따라 행동하게 된다. 이때 보상추구과정에 있어서는 상점의 공정한 대우에 대한 소비자의 인지된 공정성이 불평행동 제변인에 포함되어 영향을 미치게 된다. 다시 말해 상점의 불평처리 결과에 만족하면 긍정적 구전행동이나 재구매를 의도하게 되고 불만족하면 부정적 구전행동이나 이탈행동, 제3기관 불평행동 등을 하게 된다. 비보상추구과정에 따르는 소비자들은 상점에 보상추구를 하지 않기로

결정하면 그 후 아무런 불평행동을 하지 않거나 이탈행동, 부정적 구전행동 등을 하기도 한다. 이에 따라 연구모형을 <그림1> 과 같이 구성하였다. 본 연구에서는 제 3기관 불평행동에 관련된 연구는 추후의 연구에서 이를 행한 소비자 집단만을 가지고 보다 구체적으로 밝히고자 하였다.

해 최근 1년 이내에 구입한 옷 중 가장 불만족한 옷에 대한 기억을 회상하게 하여 불만족에서 불평행동까지의 과정을 자유기술 방법으로 자세하게 기술하게 하였다. 2차 예비조사는 1차 조사 및 이론적 연구를 중심으로 설문지 문항을 구성하고 숙명여대 여학생 100명과 우석대학교 여학생 100명에게 설문



<그림1> 연구모형

2. 연구문제

본 논문의 연구모형을 실증적으로 조사 분석하기 위하여 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 : 여성복 구매자의 불평행동에 대한 영향변인들간의 관계를 밝힌다.

연구문제 2 : 여성복 구매자의 불평행동 의도에 미치는 불평행동 영향변인의 영향력을 밝힌다.

연구문제 3 : 여성복 구매자의 재구매의도에 대한 영향변인을 밝힌다.

3. 자료수집

1차 예비조사는 1997년 4월 10부터 18일까지 서울시내 여대생 70명을 대상으로 편의추출법을 사용

지를 배부하여 180부를 회수하였으며 이중 불성실한 자료를 제외하고 170부를 분석에 사용하여 질문의 명확성, 응답의 용이성, 응답의 분포, 척도의 신뢰도 및 타당도를 검증하였다.

본조사는 1997년 6월에 시행되었으며 표본으로는 서울과 수도권에 거주하는 20대에서 50대의 여성을 대상으로 편의추출법을 사용하였다. 850부의 설문지가 배포되었으며 이중 610부가 회수되었고, 응답내용이 성실하지 못한 설문지를 제외하고 569부를 분석에 사용하였다.

4. 측정도구 및 자료분석

측정도구는 질문지를 사용하여 5점 리커드 척도로 측정하였으며 측정방향은 <표1>과 같다.

사용된 측정도구에 대하여 이 분야의 교수들과 전

〈표 1〉 설문지 구성

변 수	문항내용	출 처	
의복 구매 관련변수	의복 구매접포 및 구매품목	연구자	
기대	13개의 변수에 대한 구매전 속성별 기대 표현적 기대(디자인, 색상, 어울림, 다른 사람들의 반응, 유행 등) 기능적 기대(봉제상태, 맞춤새, 착용후 변형이나 세탁후 이상 등)	홍금희(1992), 연구자	
제품의 성과	13개의 속성에 대한 지각된 제품의 성과 표현적 성과/기능적 성과	홍금희(1992), 연구자	
부정적 기대불일치	구매시 기대와 실제성과 사이의 기대불일치 정도	연구자	
부정적 감정	소비자가 느낀 의복에 대한 부정적 감정 외부지향적 불쾌감 (화나는, 불쾌한, 신경질 나는 등) 내부지향적 불쾌감 (고민스런, 걱정스런, 난감한 등)	연구자, Izard(1977), Russell과 McAukey(1986)	
불만족	불만족 정도, 구매후회, 필요충족	Richins와 Bloch(1988), Oliver와 Swan(1989)	
외적 귀인	불만족의 원인을 외부로 돌리는 정도	Folkes(1984), 연구자	
불평행동비용	불평행동을 하는데 드는 경제적 심리적 비용	Richins (1979)	
보상받을 확률	소비자가 인지하는 상점에서 보상(환불, 교환, 수선) 받을 가능성	Singh (1990), 연구자	
제품의 중요성	소비자가 구매한 옷에 부여하는 가치 및 필요성	Bearden과 Mason(1984), 연구자	
불평행동 태도	불평행동에 대한 평소의 태도	연구자, Blodgett(1993)	
불평행동 경험	부정적 구전행동이나 보상추구행동, 제3기관 불평행동등에 대한 경험	연구자	
상점충성	상점에 대한 충성정도	연구자	
보상추구의도	상점에 보상을 요구할 의도	연구자	
보상추구행동	실제 보상추구행동 여부	연구자	
보상 추구 자	인지된 공정성	소비자의 보상요구에 대한 상점 처리의 공정성	Blodgett(1993)
	불평행동의도	이탈행동(상점, 상표이용중지), 부정적 구전행동(불만족 구전, 상 표나 상점의 구매증지에 대한 구전), 제3기관 불평행동(소비자보 호원이나 상담실 등에 신고), 긍정적 구전행동(상점이용이나 친 절도에 대한 긍정적 구전)에 대한 소비자의 의도	Singh(1988)수정 보완
	불평행동	실제 행동여부	"
비보 상추 구자	불평행동의도	이탈행동, 부정적 구전행동, 비불평행동(어떤 행동도 하지 않는 것)에 대한 소비자의 의도	Singh(1988)수정 보완
	불평행동	실제 행동여부	"
재구매 의도	상점, 상표에 대한 재구매 의도	연구자	
인구통계학적 변인	연령, 결혼여부, 교육수준, 직업, 월평균수입, 거주지역	연구자	

공자들에게 내용 타당성을 인정 받았고 측정척도의 신뢰도는 Cronbach' α값을 구하여 내적 일관성을 구하였다. 각 질문의 신뢰도는 0.61에서 0.89사이로

대체적으로 문항의 내적 일관성이 높은 것으로 나타났다. 자료의 분석에는 빈도와 백분율 및 다중회귀분석이 사용되었다.

5. 표본구성

연령은 20대가 35.9%, 30대가 31.3%, 40대가 20.7%, 50대가 12.1%로 나타났다. 이중 미혼의 비율은 34.8%이고 기혼의 비율은 65.2%였다. 교육수준은 대졸이 65.7%로 가장 많았으며 고등학교 졸업 27%, 대학원 5.3%의 비율을 보였고 중학교 졸업이나 초등학교 졸업자는 0.9%와 1.1%로 매우 적었다. 월평균 수입은 200-300만원대가 32.6%로 주축을 이루었으며 100-200만원 24.8%, 300-400만원대 17.4%, 400-500만원대 7.6%, 500만원 이상 7.6%의 순으로 구성되었다. 직업으로는 46%가 주부였으며 사무직 23.1%, 학생 14.6%, 전문직 10%, 판매 및 관리직 4.6%, 기타 1.7%를 구성하였다. 거주지역으로는 서울의 강남지역 48.4%, 강북지역 28.0%, 수도권 지역이 23.6%를 차지하였다.

6. 의복 구매 점포 및 구입 품목

불만족스러웠던 여성복을 구매한 점포유형 및 구매 품목을 조사한 결과 구매 점포는 백화점이 34%, 다음으로는 남대문이나 동대문 같은 대중 도매점이 12.7%, 중저가 상표 대중 전문점 10.3%, 유명브랜드 할인매장 9.6%, 대학가 보세상점 8.8%, 대중사입점 8.3%, 디자이너브랜드 8%, 창고형 매장 4.6%, 고급외제 브랜드 매장 0.7%순으로 나타났다. 백화점의 비율이 가장 높은 이유는 백화점에서의 소비자들의 구매 빈도가 가장 높기 때문인 것으로 생각된다.

구매한 옷의 품목을 살펴보면 투피스, 트리피스 정장이 20.7%로 가장 많았고 비슷한 비율로 바지 19.6%, 재킷이 15.9%로 나왔으며 셔츠류 12.6%, 스웨터류 9.4%, 원피스가 8.5%를 차지했고, 치마 3.4%, 코트나 모피류는 2.1%로 비율이 약했다.

IV. 결과 및 논의

1. 불평행동 영향변인간의 관계

연구모형에서 소비자가 의복을 구매한 후 사전 기대와 실제 성과 사이에 부정적인 기대불일치를 겪으면 부정적 감정을 느끼게 되고 불만족을 형성하는데 불만족변인은 불평행동에 동기를 유발할 뿐 아니라 영향을 미치기도 하며, 불평행동은 불만족 변인만으로 설명이 되는 것이 아니라 이와 더불어 개인적 특성 및 상황적변인들의 영향을 받게 된다고 보았다. 이때 상황적 변인들을 평가하는데 불만족 변인과 개인적 변인이 함께 작용하는데 그 영향력을 살펴본 결과 다음과 같이 나타났다.

1) 외적 귀인

상황적 변인중 외적 귀인에 영향을 미치는 변수로는 표현적 성과, 외부지향적 불쾌감, 보상추구행동 경험이 정적으로 영향을 미쳤으며 기능에 대한 제품의 성과가 부적 영향을 미쳤다. 표현적 성과는 좋을수록 그러나 기능적 성과는 좋지 않을수록 또한 화가 나고 불쾌한 감정을 많이 느낀 소비자일수록 불만족한 옷에 대한 책임이 제조업자에게 있다고 생각하는 것으로 나타났는데 이러한 결과는 Landon (1977)의 주장과도 일치하는 것이다. 또한 보상추구행동을 과거에 많이 했던 소비자일수록 옷이 마음에 안들면 그 원인을 자신의 탓이라기 보다는 외부로 돌리는 것으로 나타났다.

2) 불평행동비용

불평행동 비용에 영향을 미치는 변수로는 기능적 성과와 불평행동태도가 부적 영향을 나타냈으며 부정적 구전행동 경험과 외부지향적 불쾌감이 정적 영향을 보였다. 즉 기능적인 성과에 대해 낮게 평가한 소비자일수록 그리고 불평행동에 대해 긍정적인 생각을 가지고 있지 못할수록 불평행동을 할때 행동비용을 더 많이 느끼는 것으로 나타났다. 즉 착용이나 세탁과정중에 발생한 변형이나 봉제상태 불량 등으로 인해 불만족이 발생했다면 상점에 보상을

요구하려고 할때 이에 드는 경제적, 심리적 비용을 많이 인지하는 것으로 보인다. 이는 Landon의 결과와도 일치하는 것으로 우리나라의 문화적 배경상 소비자들이 일단 사용과정중에 생기는 문제에 대해서는 교환이나 환불, 수선등을 요구하려 상점에 가는 것에 대해 부담을 가지는 것으로 해석할 수 있다. 그리고 평소 부정적 구전행동 같은 간접적 불평행동을 많이 한 소비자일수록 불평행동비용을 높게 인식하는 것으로 나타났다.

3) 보상받을 확률

보상받을 확률과 변인들과의 영향관계를 살펴 보면 기능적 성과, 불평행동 태도, 보상추구행동 경험, 상점충성이 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 부정적 구전 경험과 불만족 강도는 부적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소비자가 불평행동에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있을수록 그리고 평소 보

상추구행동 경험이 많을수록 불평행동시 보상받을 확률이 높다고 생각하는 것으로 나타났으며 상점충성도가 높을수록 상점과의 유대관계로 보상추구시 보상받을 확률을 높게 생각하는 것으로 나타났다. 이는 Singh (1990)의 연구결과와도 일치하는 것이다. 그리고 옷에 대한 불만족정도가 적을 수록 소비자가 보상추구시 보상받을 확률을 높게 인식하는 것으로 나타났다.

4) 제품의 중요성

제품의 중요성에는 표현적 기능적 기대와 내부지향적 불쾌감, 부정적 기대불일치, 불평행동 태도, 상점 충성이 정적 영향을 미쳤으며 기능적 성과와 불만족은 부적 영향을 미쳤다. 표현이나 기능에 대한 기대가 높을 수록 그러나 기능적인 면에 있어 성과가 좋지 않을수록 그리고 부정적 기대불일치감이 많이 들었으나 불만족도는 낮을수록 그 옷으로 인

<표 2> 불평행동 영향 변인간의 관계

독립변인		종속변인		상황적 변인			
		외적 귀인	불평행동비용	보상받을 확률	제품의 중요성		
불만족 변인	표현적 기대				0.14**		
	기능적 기대				0.12*		
	표현적 성과	0.31***					
	기능적 성과	-0.36***	-0.22***	0.21***	-0.13*		
	부정적 기대불일치				0.11*		
	외부지향적 불쾌감	0.13**	0.14***				
	내부지향적 불쾌감				0.14**		
개인적 변인	불만족			-0.12**	-0.15**		
	불평행동태도		-0.21***	0.15**	0.11**		
	보상추구행동경험	0.12**		0.14**			
	부정적 구전행동경험		0.16***	-0.15***			
	제3기관 불평행동경험						
	상점충성			0.13**	0.09**		
		R ² 0.19	R ² 0.18	R ² 0.19	R ² 0.10		
		F 21.34***	F 30.61***	F 18.37***	F 7.34***		

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

해 내적으로 고민스럽고 걱정스러웠을수록 소비자들은 제품에 더욱 가치를 부여하는 것으로 나타났다.

결론적으로 불평행동의 상황적 변인을 평가하는데 불만족 변인 및 개인적 변인이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 불평행동 영향 변인과 불평행동의도

불평행동의 불만족 변인, 개인적 변인과 상황적 변인이 불평행동을 의도하는데 어떤 영향을 미치는지를 알아본 결과 보상추구행동의도에는 불평행동태도, 내부지향적 불쾌감, 보상받을 확률, 부정적 기대불일치, 불평행동비용이 정적으로 영향을 미쳤으며 불만족이 부적 영향을 미쳤다. 평소 보상추구행동을 하는 것에 대해 긍정적인 태도를 가질수록 불평행동 태도가 행동으로 이어지는 것으로 나타났는데 이는 Richins(1982)나 Halstead와 Droge(1991)의 연구결과와도 일치하는 것이다. 그리고 불만족스러운 옷으로 인해 내적 갈등을 강하게 경험할수록 보상추구행동을 의도하게 되며 이는 부정적 감정이 불평행동에 미치는 영향력에 대한 Susan 등(1994)의 연구와도 일치한다. 또한 부정적 기대불일치가 크나 불만족도는 작을수록 그리고 보상받을 확률을 크게 인식할수록 보상추구행동을 의도하는 것으로 나타났다.

1) 보상추구과정의 불평행동의도

보상추구후의 부정적 구전행동이나 이탈행동등의 부정적 행동이나 긍정적 구전의 긍정적 행동에 대한 불평행동 영향변인들간의 관계를 살펴본 결과 다음과 같다. 상점에 보상을 추구한 이후 부정적 구전 행동의도에 관해서 가장 큰 영향을 미치는 것은 부정적 구전행동 경험으로 부정적 구전행동 경험이 많을수록 보상추구 후 부정적 구전행동도 많이 하는 것으로 나타났다. 그리고 상점에서 공정한 대우

를 받지 못했다고 생각할수록 부정적 구전행동의도가 강하게 나타나는 것으로 나타났다. 이는 Tax와 Chandrashenkaran(1992)이 자신들의 불평이 공정하게 다루어지지 않았다고 생각할수록 소비자들의 부정적 구전행동의도가 높고 재구매의도가 낮다는 결과와 일치한다. 또한 불평행동 비용 즉 상점에 보상을 추구하려 가는데 시간과 돈, 심리적 비용이 많이 든다고 생각할수록 소비자들은 상점에 대한 부정적 구전행동을 할 가능성이 높았다. 그리고 구매시 표현적인 면에 대한 기대가 높았을수록 상점에 보상을 요구한뒤 처리에 만족하지 않으면 부정적 구전행동을 할 가능성이 높았다.

상점에 보상추구 후 그 상점이나 상표의 구매충지를 결심하게 되는 이탈행동 의도의 경우 인지된 공정성이 이탈행동과 부적 관계를 나타냈다. 즉 상점의 처리가 공정하지 못했다고 인지하는 소비자일수록 상표나 상점의 이용을 중단할 의도를 가지는 것으로 보인다. 또한 부정적 구전행동 경험과 같은 불평행동 경험이 많을수록, 처음부터 보상받을 확률이 적다고 생각한 소비자일수록, 기능적 성과가 낮았다고 평가할수록, 보상추구행동 경험은 적을수록, 불만족한 원인을 외적으로 귀인 할수록 상표에 대한 구매충지나 상점이용을 중지하려고 의도하는 것으로 나타났다. 또한 불만족한 옷이 자신에게 중요했다고 생각할수록 이탈행동을 의도하였는데 이는 Folkes(1984)와 Singh(1990)의 제품의 중요성과 불평행동에 대한 연구결과와도 일치하는 것이다.

보상추구 후 긍정적 측면의 행동으로서의 긍정적 구전행동 의도에 영향을 미치는 것으로는 상점의 공정한 대우가 정적 영향을 미쳤고 불만족이 부적 영향을 미쳤다. 상점의 처리가 공정했다고 생각할수록 긍정적 구전행동의도를 가지는 것으로 나타났다. 설사 옷이 마음에 안 들어 불만이 있었다 해도 상점에서 그 옷에 대해 공정한 처리를 해준다면 소비자는 처음에 불만족했던 경험을 상쇄시키고 그 상점에 대해 긍정적인 구전을 하는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 불평행동의도

독립변인	종속변인	보상추구 (N=569)	부정적 구전행동의도		이탈행동의도		긍정적 구전행동의도 (N=210)	비불평 행동의도 (N=359)
			보상추구 과정 (N=210)	비보상추구 과정 (N=359)	보상추구 과정 (N=210)	비보상추구 과정 (N=359)		
불만족 변인	표현적 기대		0.11*					
	기능적 기대							
	표현적 성과							
	기능적 성과				-0.15*			0.16**
	부정적 기대불일치	0.09*						-0.13*
	외부지향적 불쾌감							
	내부지향적 불쾌감	0.14**		0.10*				
	불만족	-0.18***				0.12*	-0.13*	
개인적 변인	불평행동태도	0.33***						
	부정적 구전행동경험		0.38***	0.49*		0.22***		-0.32***
	보상추구행동 경험			-0.11*	-0.12*			
	제3기관 불평 행동경험							
	상점충성						-0.16**	
상황적 변인	외적 귀인			0.17*	0.13*			
	불평행동비용	0.09*	0.20***	0.16**		0.21***		
	보상받을 확률	0.10*		-0.12*	-0.18**	-0.13*		
	제품의 중요성			0.09*	0.13*			
	인지된 공정성	-	-0.30***	-	-0.27***	-	0.52***	-
		R ² 0.20	R ² 0.51	R ² 0.47	R ² 0.41	R ² 0.28	R ² 0.36	R ² 0.18
		F17.07***	F33.55***	F 33.17***	F 18.88***	F 17.04***	F 27.46***	F 22.26***

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

다. 이 결과는 Goodwin과 Ross(1989)의 결과와 일치하는 것인데 그들은 만약 소비자가 상점으로부터 문제에 대해서 공정한 처리과정을 거쳐 공정한 대우를 받았다면 설사 처음에 불만족한 문제에 화가 났더라도 다시 재구매나 긍정적 구전행동을 한다고 밝히고 있다. 그리고 불만족 정도가 낮을수록 보상추구후 긍정적 구전행동 양상을 보이는 것으로 나타났다.

결론적으로 불평행동의도를 중심으로 가장 영향력 있는 변인을 살펴보면 보상추구행동의도에는 불평행동에 대한 태도가 정적으로, 부정적 구전행동

과 이탈의도에는 인지된 공정성이 부적으로 그리고 부정적 구전행동 경험이 정적으로, 긍정적 구전행동에는 인지된 공정성이 정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 보상추구과정의 부정적 구전행동이나 이탈행동의도에는 불만족 변인, 개인적 변인, 상황적 변인이 모두 영향을 미쳤고, 긍정적 구전행동에는 불만족 변인이나 상황적 변인이 영향을 미쳤으나 개인적 변인은 영향을 미치지 않았다.

2) 비보상추구과정의 불평행동의도

부정적 구전행동의도에 영향을 미치는 변수들을

살펴보면 가장 영향력이 큰 변인은 부정적 구전행동 경험으로 부정적 구전행동에 대한 과거 경험이 많을수록 옷에 불만족한 경우 주저없이 다시 부정적 구전행동을 의도하는 것으로 나타났고 불평행동 비용이 정적 영향을 미쳐 불평행동을 하는데 드는 경제적 심리적 비용이 많다고 생각할수록, 보상받을 확률을 낮게 인지할수록, 부정적 구전행동의도가 높은 것으로 나타났다. 그리고 불만족한 옷에 대한 원인이 제조업자에게 있다고 귀인할수록 부정적 구전행동의도가 높아지는데 이러한 귀인의 영향력은 Folkes(1984)와 Richins(1983)가 주장한 바와도 같은 결과이다. 또한 불만족한 제품이 중요하다고 생각할수록 부정적 구전행동 의도가 높아지는 것으로 드러났는데 이는 Folkes(1984)와 Blodgett와 Granbois(1993)의 결과와 일치한다. 그리고 과거 보상추구 행동경험이 적을수록 보상추구행동보다는 부정적 구전행동에 대한 의도가 높아지게 된다. 이때 내적으로 갈등이 많을수록 즉 어떻게 해야할지 구체적인 방안이 모색되지 않으면 보상추구행동 대신 부정적 구전행동을 하는 것으로 나타났다.

이탈행동의도에는 과거에 부정적 구전행동을 한 경험이 많은 사람일수록, 불평행동 비용을 많이 인지한 소비자 일수록 상점에 보상을 요구하려 가기 보다는 이탈행동을 하려는 의도가 높았다. 그리고 상점충성도가 낮을수록, 보상받을 확률을 낮게 인식할수록 보상추구행동을 해 문제를 해결한다든지 상점이 문제점을 개선할 수 있도록 얘기하기 보다는 이탈행동을 의도하는 것으로 드러났다. 상점충성도에 따른 이러한 결과는 Blodgett와 Granbois(1992)의 연구와도 일치하는 것이다. 또한 불만족도가 높아도 이탈행동을 의도하는 것으로 나타났다.

비불평행동은 옷이 불만족스러웠어도 보상추구행동이나 부정적 구전행동, 이탈행동등의 어떤 불평행동도 하지 않는 것을 말한다. 부정적 구전행동 경험이 낮을수록, 기능에 대한 성과가 좋을수록 그

리고 부정적 기대불일치의 정도가 적을수록 이탈행동이나 부정적 구전행동등의 불평행동을 할 가능성이 줄어든다. 즉 부정적 구전행동 경험과 같은 불평행동에 대해 부정적인 성향을 가지며, 제품이 소비자가 요구하는 최소한의 성능을 충족시키고 과장광고등으로 인해 지나친 기대가 형성되어 부정적 기대불일치도가 높아지지만 않는다면 이탈행동이나 부정적 구전행동은 이루어지지 않는 것으로 나타났다.

비보상추구과정을 중심으로 한 불평행동의도가 가장 영향력있는 영향변인을 살펴보면, 부정적 구전행동의도에는 과거의 부정적 구전행동 경험이 정적으로 영향을 미쳤고, 이탈행동 의도에는 부정적 구전행동 경험이나 불평행동비용이 정적으로, 비불평행동 의도에는 부정적 구전행동 경험이 부적으로 큰 영향을 미쳤다. 즉 비보상추구과정에 있어 부정적 구전행동이나 이탈행동 등의 불평행동의도에는 개인적인 변인 즉 과거 불평행동경험이 큰 영향을 미쳤으며, 비불평행동의도에는 상황적인 변인은 영향을 미치지 않았고 불만족변인과 개인적 변인의 영향력이 컸다.

전반적인 과정을 살펴볼때 개인적 변인과 상황적 변인 및 불만족변인이 불평행동에 함께 영향을 미쳤으며 특히 인지된 공정성이 보상추구후의 불평행동의도를 설명하는데 있어 설명력이 뛰어난 변수로 나타났다.

4. 재구매 의도

소비자의 재구매 의도에 미치는 변인들의 영향력을 보상추구과정별로 살펴 본 결과 보상추구자를 중심으로한 결과에서는 인지된 공정성이 가장 큰 영향을 끼쳤는데 이는 Gilly(1987)의 연구결과와 같이 불평행동을 하는 소비자의 재구매의도는 그들의 본래의 제품에 대한 만족 수준 뿐 만 아니라 상점의

불평행동에 대한 대응방법 즉 불평이 다루어지는 과정에 대한 만족에 의해서도 좌우된다는 주장과 일치한다. 그리고 소비자가 표현적인 면에 대한 기대가 낮을수록 그러나 표현적인 면에 대한 제품의 성과가 좋을수록 그리고 상점충성도가 높을수록 재구매의도가 높아지는 것으로 나타났다. 또한 부정적 구전행동 경험이 적을수록, 불평비용을 적게 인식할수록 소비자들은 재구매를 의도하는 것으로 나타났다.

비보상추구과정을 중심으로 한 소비자의 재구매 의도를 살펴보면 부정적 구전행동 경험이 적을수록, 상점충성도가 높을수록 재구매의도에 영향을 많이 미쳤으며 불평비용을 낮게 인식할수록, 불만족했던 옷이 소비자에게 큰 가치를 지니지 않았을수록 그리고 이번에 보상추구행동은 하지 않았지만 불평행동에 대한 태도가 긍정적인 소비자일수록 재

구매의도에 긍정적 영향을 미쳤다.

V. 결론 및 제언

본 논문은 여성복 구매자의 불평행동에 대한 종합적인 연구를 통해 불만족, 불평행동 및 재구매의도까지의 단계를 포함하는 불평행동과정을 밝힘으로써 의류업체의 효과적인 마케팅 수립과 소비자 보호활동 및 권익향상을 위한 자료를 마련하고자 하였다.

연구는 이론적 연구와 이를 토대로 한 실증적 연구로 나누어 진행되었다. 이론적 연구를 바탕으로 여성복 구매자의 불평행동에 영향을 미치는 변인을 불만족 변인, 개인적 변인 그리고 상황적 변인으로 설정하였으며, 이들 변인이 어떻게 불평행동에 영향을 미치는지를 알아보려고 하였다. 그리고 불평

〈표 4〉 재구매 의도

재구매의도		보상추구과정 (N=210)	비보상추구과정 (N=359)
불만족 변인	표현적 기대	-0.18**	
	기능적 기대		
	표현적 성과	0.14*	
	기능적 성과		
	부정적 기대불일치		
	외부지향적 불쾌감		
	내부지향적 불쾌감		
	불만족		
개인적 변인	불평행동태도		0.13**
	부정적 구전행동경험	-0.20***	-0.38***
	보상추구행동경험		
	제3기관 불평행동경험		
	상점충성	0.14*	0.23***
상황적 변인	외적 귀인		
	불평행동비용	-0.13*	-0.17***
	보상받을 확률		
	제품의 중요성		-0.16***
	인지된 공정성	0.41***	
		R ² 0.53	R ² 0.37
		F 21.57***	F 21.59***

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

행동과정은 소비자가 불만족 후 처음으로 생각하는 것이 상점에 보상행동 여부를 결정하는 것이기 때문에 보상추구행동 유무에 따라 보상추구과정과 비보상추구과정으로 구성하였다. 마지막으로 불평행동 후 재구매의도까지를 불평행동과정에 포함하여 모형을 구성하였다.

이를 증명하기 위한 실증적 연구를 진행하였는데 이를 위해 설정된 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 여성복 구매자의 불평행동에 대한 영향변인들간의 관계를 밝힌다.

연구문제 2 : 여성복 구매자의 불평행동 의도에 미치는 불평행동 영향변인의 영향력을 밝힌다.

연구문제 3 : 여성복 구매자의 재구매의도에 대한 영향변인을 밝힌다.

실증적 연구를 위해서 설문지 조사법을 사용하였으며 1, 2차 예비조사를 시행하여 본 조사에 사용될 척도를 구성하였고 신뢰도 분석에는 Cronbach's α 가 시행되었다. 본 조사는 서울 및 수도권에 거주하는 20대에서 50대의 성인여성을 편의추출하였으며 분석에 사용된 전체표본수는 569명이었다. 연구를 위한 자료분석에는 빈도와 백분율 및 다중 회귀분석이 사용되었다.

연구결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

- 1) 상황적 변인에 미친 불만족 변인과 개인적 변인의 영향력을 살펴보면 외적 귀인에는 기능적 성과가 부적으로 표현적 성과와 외부지향적 불쾌감, 보상추구행동경험이 정적으로 영향을 미쳤으며 불평행동비용에는 기능적 성과와 불평행동태도가 부적으로 부정적 구전행동 경험과 외부지향적 불쾌감이 정적으로 영향을 미쳤다. 보상받을 확률에는 기능적 성과와 불평행동태도, 보상추구행동경험, 상점충성이 정적 영향을 미쳤으며 부정적 구전행동 경험 및 불만족이 부적으로 영향을 미쳤다. 제품의 중요성에는 표현적 기능적 기대, 내부지향적 불쾌감, 부정적 기대불일치, 불평행동태도, 상점

충성이 정적으로 영향을 미쳤으며 불만족, 기능적 성과가 부적으로 영향을 미쳤다.

- 2) 여성복 구매자의 불평행동 영향변인이 불평행동 의도에 미치는 영향에 있어, 보상추구행동에는 불평행동태도, 내부지향적 불쾌감, 보상받을 확률, 부정적 기대불일치, 불평행동비용이 정적으로 영향을 미쳤으며 불만족이 부적으로 영향을 미쳤다.

보상추구과정의 부정적 구전행동에는 부정적 구전행동 경험이 정적으로 큰 영향을 미쳤으며 인지된 공정성이 부적으로 큰 영향을 끼쳤다. 이탈행동에는 부정적 구전행동 경험이 정적으로, 인지된 공정성과 보상받을 확률이 부적으로 큰 영향을 미쳤으며, 긍정적 구전행동에는 인지된 공정성이 큰 영향을 미쳤다.

비보상추구과정을 중심으로 살펴보면, 부정적 구전행동에는 부정적 구전행동 경험과 불평행동비용, 외적귀인이 정적으로 큰 영향을 미쳤으며 이탈행동에는 부정적 구전행동 경험과 불평행동비용이 정적으로 큰 영향을 나타냈고 비불평행동에는 부정적 구전행동경험이 부적으로 기능적 성과가 정적으로 큰 영향을 미쳤다.

전반적으로 불평행동 영향변인과 불평행동 의도사이의 관계는 보상추구행동에는 불평행동태도가 보상추구과정 후의 행동에는 인지된 공정성 요인의 설명력이 컸다. 비보상추구과정에서는 불평행동 경험의 설명력이 컸다.

- 3) 여성복 구매자의 재구매의도에 있어 보상추구과정에서는 인지된 공정성이 가장 설명력이 크게 나타나 상점의 공정한 처리가 중요함이 다시한번 강조되었다. 비보상추구과정에서는 부정적 구전행동 경험이 적고 상점충성도가 높을수록 재구매의도가 높았다.

이상의 결론으로부터 마케팅 전략수립을 위해 가능한 제언을 하면 다음과 같다.

보상추구자를 대상으로 해서는 상점이 그들의 요구를 공정하게 처리하기 위해 최대한의 노력을 경주하고 있음을 인식시킬 수 있도록 하여야 할 것이다. 소비자의 보상추구행동에 대해 상점에서 만족하게 처리해 주면 긍정적 구전행동이나 재구매를 의도하는 것으로 나타났으며 불만족한 경우에는 부정적 구전행동이나 이탈행동의 비율이 높아지는 것으로 드러났다. 따라서 처음의 제품 만족도 중요하지만 이와 더불어 불평행동에 대해 상점이나 기업의 반응에 따라 조성되는 2차적인 만족도 상점이나 상표 충성에 큰 영향을 미칠 수 있으므로 소비자들이 능동적으로 보상추구행동을 할 수 있도록 해줌과 동시에 적절한 대우를 해주는 것이 중요하다.

비보상추구과정에 있어서는 부정적 구전행동이나 이탈행동의 비율이 높게 나타나, 상점에서는 알지 못하는 사이에 고객의 이탈행동이나 부정적 구전행동으로 보이지 않는 손실을 입을 수 있으므로 이를 막기 위해 의복 구매시 소비자에게 불만이 생길 때에는 언제든지 상점에서 처리해 줄 의사가 있음을 충분히 밝힘으로써 소비자의 불평행동 비용은 낮추어 주고 보상받을 확률을 높게 인식시킴으로써 보상추구행동을 적극 유도하여 이탈행동이나 부정적 구전행동을 사전에 막아야 할 것이다. 즉 상점에서는 불평행동을 하는 소비자들이 그렇지 않은 소비자보다 이탈행동이나 부정적 구전행동 의도가 적으며 재구매의도도 높다는 것을 분명히 인식하여야 할 것이다.

이에 따라 구체적 마케팅전략을 제시하면 다음과 같다. 의류업체나 상점의 소비자 불평행동에 대한 인식이 전환되어야 하겠다. 소비자들의 보상추구행동을 귀찮고 업체를 원할하게 운영하는데 방해가 되는 비용요인으로만 보는 시각에서 전환하여 미래의 마케팅 전략수립을 위한 기초 자료로 활용될 수 있음 깨달아야 하겠다. 즉 소비자들의 불만족을 해결함과 동시에 제품이나 서비스의 결함을 개선하며 상품개발을 위한 자료로 활용할 수 있어야 할 것이

다. 이를 위해 의류업체나 상점에서는 매장에 불만족 사항에 대해 항의를 할 수 있는 소비자 불만카드를 만들거나 수신자 부담전화를 개설하여 소비자의 불만을 해소해 주고, 젊은 층을 대상으로 한 브랜드의 경우에는 PC통신이나 인터넷을 이용해 소비자의 문제를 해결해 주는 방법도 고려될 수 있을 것이다.

또한 공공정책을 수행하는 정부당국과 소비자단체에도 시사하는 바가 있다. 우선 불만족을 느낀 소비자가 객관적인 위치에 있는 소비자단체나 행정기구에 해결을 의뢰하는 비율이 극히 낮다는 것에 주의할 필요가 있다. 그 이유가 보상추구단계에서 문제가 용이하게 해결되었기 때문이라면 바람직하지만 대부분의 경우는 이러한 단체에 접근하기가 어렵기 때문에 이용 비율이 낮게 나타나는 것이다. 따라서 소비자 교육이나 소비자들이 참여할 수 있는 프로그램을 개발하여 소비자들이 부담없이 소비자단체나 공공기관을 이용할 수 있도록 정보를 제공하고 홍보를 해 나가야 할 것이다.

그리고 우리나라의 소비자 피해보상 규정수립에 있어서도 새로운 규정이 마련되어야 하겠는데 현재의 규정을 살펴보면 봉제불량, 원료불량, 부자재불량 등의 문제는 하자의 상태에 따라 수리, 교환, 환불 순으로 보상을 해주도록 하고 있으며 치수가 맞지 않거나 디자인, 색상에 대한 불만은 제품 구입 후 7일 이내에 제품에 손상이 없는 경우에 한하여 교환을 해주도록 하고 있다. 그러나 의복이라는 것은 구매시 여러 요인으로 인하여 선택 후 불만족하기가 쉽기 때문에 구매후 일정 기간안에 상점에 환불을 요구한다면 주저없이 환불을 해주는 정책이 마련되어야 주어야 한다고 본다. 물론 환불에 따른 반품은 제품의 재고 증대, 반품 처리비용의 증가와 같은 업체의 부담을 증가시킬 수 있어 영세업체에는 부담이 될 수도 있으나 제품의 손상이 없는 상태에서의 반품은 재판매가 가능하므로 합리적인 기준 하에서 환불정책이 마련되어야 할 것이다.

본 연구의 제한점으로 부터 후속 연구를 위해서는 다음과 같은 제언을 할 수 있다.

- 1) 불평행동에 있어서 소비자들이 소비자상담실이나 소비자단체를 이용하는 빈도가 해마다 늘어나고 있는 있으나 이들을 대상으로한 제 3기관 불평행동에 대한 연구는 이루어 지지 않고 있다. 따라서 후속연구에서는 이들만을 표본으로한 심층적인 연구가 이루어져야 할 것이다.
- 2) 부정적 구전행동은 소비자 한 사람만의 문제가 아니라 제3의 소비자에게도 영향을 미칠 수 있는 행동으로 부정적 구전으로 인해 상점이나 상표이미지 및 구매의도를 형성하는데 악영향을 미칠 수 있으므로 이에 대한 보다 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다.
- 3) 의류 구매자의 불평행동을 연구하는데 의복의 종류나 점포 유형에 따른 불평행동 영향변인과의 관계 연구도 이루어져야 할 것이다.
- 4) 불평행동이후의 기업이나 상점의 대응과정 및 재구매의도 형성까지의 과정에 대한 보다 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

국내문헌

- 권경수(1995). 소비자 불평행동에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 김문정(1992). 소비자 불평행동이 재구매의도에 미치는 영향. - 서울지역 자동차 구매자를 중심으로. 세종대학교 박사학위논문.
- 이광주(1992). 불만족 소비자의 반응유형과 그 결정요인에 관한 연구. 연세대학교 박사학위 논문.
- 임선희(1993). 시장지배력이 다른 상품군에 대한 소비자 불만호소행동. 서울대학교 석사학위논문

국외문헌

- Anderson, R. E.(1973). Consumer Dissatisfaction : The Effect of Disconfirmation Expectancy on Perceived Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 38, 38-44.
- Babin, B. J., Mitch, G., & William, R. D. (1994). An Empirical Comparison of Alternative Conceptualization of Postconsumption Phenomena. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7, 172-183.
- Bearden, W. O., & Jesse, E. T.(1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports. *Journal of Marketing Research*, 20, 21-28.
- Bearden, W. O., & Mason, J. B.(1984). An Investigation of Influences on Consumer Complaint Reports. *Advances in Consumer Research*, 11, 490-495.
- Bearden, W. O., & Oliver, R. L.(1985). The Role of Public and Private Complaining in Satisfaction with Problem Resolution. *Journal of Consumer Affairs*, 19, 222-240.
- Blodgett, J. G., & Granbois, D. H.(1992). Toward an Integrated Conceptual Model of Consumer Complaining Behavior. *Journal of Satisfaction, dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 93-103.
- Churchill, G. A., & Carol, S.(1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- Day, R. L., & Landon, E. L. (1977). Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior. *Consumer and Industrial Buying Behavior*,

- 425-437.
- Day, R. L.(1984). Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction. *Advances in Consumer Research*, 11, 496-499.
 - Folkes, V. S. (1984). Consumer Reactions to Product Failure : An Attribution Approach. *Journal of Consumer Research*, 10, 398-409.
 - Gilly, M. C., & Gelb, B.D.(1982). Post-Purchase Consumer Processes and the Complaining Consumer. *Journal of Consumer Research*, 9, 323-328.
 - Gilly, M. C.(1987). Postcomplaint Process : From Organizational Response to repurchase Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 2, 293-312.
 - Goodwin, C., & Ross, I.(1989). Salient Dimensions of Perceived Fairness in Resolution of Service Complaining. *Journal of Consumer Satisfaction Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 2, 87-92.
 - Granbois, G. H., Summers, J. O., & Frzier, G. L. (1990). Correlates of Consumer Expectation and Complaining Behavior. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 18-25.
 - Halstead, D., & Droge. C.(1991). Consumer Attitudes Toward Complaining and the Prediction of Multiple Complaining Response. *Advances in Consumer Research*. 18, 210-216.
 - Halstead, D., & Page, T. J. (1992). The Effects of Satisfaction and Complaining Behavior on Consumer Repurchase Intentions. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 1-11.
 - Hirshman, A. O.(1970). *Exit, Voice, and Loyalty : Response to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
 - Howard, J. A., & Jagdish. N. S.(1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
 - Huefner, J. C., & Hunt, H. K.(1994). Extending the Hirschman Model : When Voice and Exit Don't Tell the Whole Story. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 7, 267-270.
 - Izard, C. E.(1977). *Human Emotion*. New York : Plenum Press.
 - Landon, E. L. (1977). A Model of Consumer Complaining Behavior in R. L. Day(eds.), *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 31-35.
 - Laurent, G., & Kapferer, R. A. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles. *Journal of marketing Research*, 22, 41-53.
 - Lawther, K., Krishnan, S., & Valle, A. V. (1979). The Consumer Complaining Process: Directions for Theoretical Development in New Dimensions of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior, In R. L. Day & H. K. Hunt(Eds.), *New Dimension of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior*, Bloomington: Indiana University, School of Business, Division of Research, 10-14.
 - Lee, D. H., & Orose, L. (1994). Predicting the Consumer Complaint Behaviors in Food Service : An Empirical Test of Two Alternative Models. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 7, 191-197.
 - Mano, H., & Oliver R. L.(1993). Assessing the Dimensionality and Structure of the Consumption Experience : Evaluation, Feeling, and

- Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 20, 451-466.
- McQuarrie, E. F., & Munson, J. M.(1987). The Zaichkowsky Personal Involvement Inventory : Modification and Extension. In M. Wallendorf & P. Anderson(Eds.), *Advances in Consumer Research*. 14, 36-40.
 - Mowen, J. C.(1995). *Consumer Behavior*. 4ed. Prentice-Hall. Inc.
 - Oliver, R. L.(1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
 - Oliver, R. L. & Swan, J. E.(1989). Equity and Disconfirmation Perceptions as Influences on Merchant and Product Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 16, 372-383.
 - Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20, 460-469.
 - Oliver, R. L. (1994). Conceptual Issues in the Structural Analysis of Consumption Emotion, Satisfaction, and Quality : Evidence in a Service Setting. *Advances in Consumer Research*, 21, 16-22.
 - Prakash, V. (1991). Intensity of Dissatisfaction and Consumer Complaint Behavior. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 4, 110-122.
 - Richins, M. L.(1982). An Investigation of Consumers' Attitudes Toward Complaining. *Advances in Consumer Research*, 9, 502-506.
 - Richins, M. L.(1983). Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Plot Study. *Journal of Marketing*, 47, 68-78.
 - Richins, M. L. (1987). A Multiplicate Analysis of Responses to Dissatisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 15, 24-31.
 - Singh, J. (1988). Consumer Complaint Intentions and Behavior : Definitional and Taxonomical Issues. *Journal of Marketing*, 52, 93-107.
 - Singh, J.(1989). Determinants of Consumers' Decisions to Seek Third Party Redress : An Empirical Study of Dissatisfied Parents. *Journal of Consumer Affairs*, 23, 329-363.
 - Singh, J. (1990). Voice, Exit, and Negative Word-of-Mouth Behaviors :An Investigation Across Three Service Categories. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18, 1-15.
 - Tax, S. S., & Chandrashekar, M.(1992). Consumer Decision Making Following a Failed Service Encounter : A Plot Study. *Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 55-68.
 - Tse, D. K., & Wilton, P. C.(1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, 7, 49-54.
 - Westbrook, R. A.(1987). Product/Consumption-based Affective Responses an Postpurchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 24, 258-270.
 - Westbrook, R. A. & Oliver, R. L.(1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 18, 84-91.
 - Woodruff, R. B., Clemons, D. S., Schumann, D. W., Gardial, S. f., & Burns, M. J.(1991). The Standards Issue in CS/D Research: A Historical Perspective. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 4, 103-109.

ABSTRACT

The Complaining Behavior Process after Purchase of the Women's Wear.

This study mainly focuses on the dissatisfaction of the post-purchase behavior regarding the consumer dissatisfaction, complaining behavior, and repurchase intention.

In the literature study approach, it was hypothesized that dissatisfaction variables consisted of the cognitive process and emotion. And the dissatisfaction variables and the individual variables, and situational variables were set up to contribute to form the complaining behavior. In the process of the complaining behavior, the first thing the consumers would do when they were dissatisfied was to decide whether they would seek for redress or not. Consumers who sought redress and actually received the fair treatment from a store practiced positive word-of-mouth. However, consumers who received unfair treatment practiced negative word-of-mouth, exit behavior, or the third party complaining Behavior. And consumers who did not seek any redress either showed exit behavior, practiced negative word-of-mouth or no complaining behavior at all. Therefore, complaining behavior process consists of redress seeking process and non-redress seeking

process.

For the empirical study, the survey method was used and two other researches were previously conducted. First of all, the research was designed to comprehend consumer complaining behaviors process. Secondly, it was conducted for measuring validity and reliability: Cronbach's α . The sample was 569 women aged 20's to 50's living in Seoul and other suburban areas. The various methods were used to analyze the data such as frequency, percentage and multiple regression analysis.

Overall, the results were verified.

- 1) The dissatisfaction variables and individual variables influenced situational variables.
- 2) The complaining behavior intention was affected by dissatisfaction variables, individual variables, and situational variables.
- 3) The repurchase intention occurred more when the justice was performed

Consequently, the complaining behavior procedure was consisted of the redress seeking and non-redress seeking. And dissatisfaction variables and individual variables were verified to influence situational variables. These complaining behavior variables affected complaining behavior. Especially in a case of redress seeking process, complaining behavior and repurchase rate were highly affected by the perceived justice from a store.