Journal of Digital Convergence
Vol. 18. No. 8, pp. 133-149, 2020

ISSN 2713-6434 / eISSN 2713-6442
https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.8.133

인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 있어서 지각된 위험의 영향력 : 수용요인의 조절효과 분석

정주원[1], 조소연[2*]
[1]동국대학교 사범대학 가정교육과 교수, [2]동국대학교 사범대학 가정교육과 강사

Relationship Between Perceived Risk and Continuous Use Intention of Internet Primary Banks : Moderating Effects of Acceptance Factors

Joowon Jung[1], SO Yeon Cho[2*]
[1]Professor, Department of Home Economics Education, Dongguk University
[2]Lecturer, Department of Home Economics Education, Dongguk University

요 약 본 연구의 목적은 인터넷전문은행에 대한 지각된 위험이 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석하고, 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용적 요인의 조절효과를 검증하는 것이다. 이를 통하여 인터넷전문은행의 지속적 이용의도를 높이기 위한 지각된 위험의 대처방안과 수용요인의 전략적 방안을 모색하고자 한다. 연구목적을 달성하기 위하여 인터넷전문은행 이용경험이 있는 20-50대 소비자 457명을 대상으로 중다회귀분석을 실시하였으며, 이를 근거로 수용요인의 상호작용효과를 분석하였다. 연구결과, 첫째, 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험, 수용요인과 지속적 이용의도 간에는 유의한 상관관계를 보였다. 둘째, 지각된 재무적, 기능적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 유용성은 보안적 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과가 나타났으며, 편리성은 모든 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과를 보였다. 인터넷전문은행의 안정적 정착을 확보하기 위해서는 소비자가 지각하는 재무적·기능적 위험을 완화하고 인터넷전문은행의 유용성과 편리성에 대한 확대가 이루어져야 한다.

주제어 : 인터넷전문은행, 지속적 이용의도, 지각된 위험, 수용요인, 조절효과

Abstract The purpose of this study was to investigate the effect of perceived risk on continuous usage intention of Internet primary banks and to verify moderating effects of acceptance factors affecting customers' acceptance of Internet primary banks on the relationship between perceived risk and continuous usage intention. The study aims to find ways to cope with perceived risk and strategic measures of intention in order to increase the intention to continuous usage intention of Internet primary banks. For the analysis, interaction effect were conducted among a total of 457 surveys. As a results, First, perceived risks, acceptance factors and continuous usage intention of the customers of Internet primary banks were significantly correlated. Second, the types of perceived risks which have a significant effect on continued usage intention of Internet primary banks were found to be perceived financial and functional risks. Third, respect to moderating effects of moderator variables, usefulness was found to have a significant moderating effect on the relationship between perceived security risk and continuous usage intention. In addition, ease of use was shown to have a significant moderating effect on the relationship between each type of perceived risks and continuous usage intention. This study attempted to explore and seek strategies to reduce perceived risks and strategic plans for acceptance factors to increase continuous usage intention of Internet primary banks.

Key Words : Internet primary bank, perceived risk, acceptance, continuous use intention, Moderating Effect

*Corresponding Author : SO Yeon Cho(sycho7808@gmaill.com)
Received May 19, 2020 Revised July 20, 2020
Accepted August 20, 2020 Published August 28, 2020

1. 서론

무점포 비대면거래 방식으로 인터넷을 주요 채널로 활용하는 인터넷전문은행(Internet Primary Bank)이 2017년 정식 출범한지 2년이 되었다. 인터넷전문은행은 저금리와 저성장의 경제상황에서 금융 산업의 성장한계를 극복하고 혁신 기술 확보 및 경쟁을 촉진하는 성과를 가져왔으며, 금융 소비자에게 금융거래비용을 낮추고 접근의 편의성을 제공하였다는 긍정적 평가를 받았다[1,2]. 하지만 정착과정에서 인터넷전문은행의 자기자본비율이 크게 하락하고 순손실이 증가하며 지속성에 대한 의문이 제기되었으며, 2019년 1월 은산분리 규제정책이 완화되고 인터넷전문은행 추가 인가에 대한 논의가 시작되면서 인터넷전문은행의 실효성이 재조명되고 있다[3,4].

최근 카카오뱅크가 계좌개설 고객 천만 명을 확보하고 출범이후 처음으로 65억여 원의 당기순이익을 기록하였으나, 인터넷전문은행의 안정적인 정착으로 바라보기는 어렵다[5,6]. 지속적인 성장과 장기적 수익성이 보장되지 않고 있으며, 호기심으로 가입한 후 지속적으로 이용하지 않은 소비자가 상당하여 여전히 불안정한 상황을 내포하고 있다[7]. 인터넷전문은행, 온라인 은행, 온라인 주식거래 등과 같은 기술 기반 금융서비스의 안정적인 성공은 소비자의 최초 수용보다 지속적인 사용이 중요하다[8]. 소비자의 지속적인 사용이 이루어질 때 추가적인 성장과 안정적인 자리매김이 가능하기 때문이다.

인터넷전문은행이 성장하면서 디지털 금융상품과 서비스에 대한 소비자의 지속적 이용의도에 대한 연구가 진행되어 왔다. 인터넷전문은행에 대한 소비자의 지속적 이용의도를 파악하기 위하여 정서적 측면을 고려한 연구와 업무-기술 적합성 이론을 활용한 연구가 이루어졌으며, 인터넷전문은행에 대한 지각된 가치와 네트워크 외부성이 지속적 이용의도에 미치는 영향, 인터넷전문은행 이용자의 개인 혁신성, 인지된 상대적 이점, 인지된 편리성, 인지된 보안성이 만족도와 이용의도에 미치는 영향 그리고 인터넷전문은행의 편의성, 네트워크효과, 투자기회확대와 지속적 이용의도의 관계를 파악한 연구 등이 행해졌다[1,2,6,7,9]. 다양한 측면에서 소비자의 지속적인 이용의도에 관한 연구가 이루어져 왔으나, 대부분 연구들이 단편적인 측면에서 지각된 위험과 이용의도, 소비자의 수용요인과 이용의도를 살펴봄으로써 주요 영향요인들 간의 조절적 방향성이 나타나지 않고 있다[7,10]. 인터넷전문은행은 소비자에게 혜택을 제공하는 동시에 위험을 느끼게도 하는 양면적 속성을 가지고 있기 때문에 소비자가 지각하는 위험과 수용적 측면을 고려하여 지속적 이용의도에 미치는 영향력을 살펴보는 것이 필요하다. 이에 소비자의 인터넷전문은행 이용을 지속적으로 유지하기 위해서는 지각되는 위험이 수용적 요인에 의해 어떻게 조절되는지를 파악할 필요가 있다. 즉 소비자의 지각된 위험 요인에 대한 수용적 요인의 조절적 방향성을 파악하여 인터넷전문은행의 안정적 이용성이 분석되어야 한다.

이러한 배경에서 본 연구는 인터넷전문은행을 이용한 경험이 있는 소비자를 대상으로 지각된 재무적, 기능적, 보안적 위험이 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석하고, 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용적 요인인 유용성, 편리성, 유희성의 조절효과를 검증하는 것을 목적으로 한다. 본 연구를 통해 인터넷전문은행의 지속적 이용의도를 높이기 위한 지각된 위험의 대처방안과 수용요인의 전략적 방안이 모색될 것이며, 이는 인터넷전문은행의 안정적 정착에 유용한 정보로 제공될 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 인터넷전문은행

인터넷전문은행은 전자매체를 활용하여 계좌의 개설과 가입서류 제출, 여신과 수신 업무 등의 모든 은행업무를 무점포 비대면 거래방식으로 운영하는 은행을 의미한다[10,11]. 또한 인터넷전문은행은 스마트폰과 모바일네트워크, 지문과 홍채 등의 생체인식, 인공지능 기반의 챗봇 등의 디지털디바이저의 활용과 소셜데이터, 상거래데이터 및 공과금 납부 데이터 등 빅데이터를 기반으로 한 혁신적 대안신용평가를 수용하면서 금융서비스인 동시에 기술기반 서비스의 역할을 하고 있다[7,12].

국내보다 해외의 경우 인터넷전문은행의 도입이 빠르게 이루어졌다. 1990년대 IT산업이 발전되고 인터넷 이용률이 증가하면서 인터넷전문은행 출현의 토대가 마련되었으며 1995년 미국의 SFNB(Security First Network Bank)의 설립과 함께 처음 등장하였다. 이후 2000년대 초반부터 미국, 유럽연합(EU), 일본 등에서 인터넷전문은행이 확산되고 있다. 현재 인터넷전문은행은 핀테크기술의 발전과 스마트폰의 대중화 등으로 현재 금융산업의 한 축을 인터넷전문은행이 담당할 정도로 성장하고 있다.

한국의 인터넷전문은행 도입 논의는 2001년 은산분리 및 대기업의 경제력 집중 논란과 2008년 글로벌 금융위기로 인해 인터넷전문은행 설립 추진이 중단되었다가 2015년 4차 산업혁명 변화에 대비하기 위한 핀테크 산

업 육성에 관한 방안의 논의와 함께 시작되었다[13,14]. 이후 은행법개정과 금융실명제법, 은산분리 등의 법률적 문제와 금융 규제의 완화 및 개선이 이루어지면서 인터넷전문은행의 도입 토대가 마련됨에 따라 2017년 4월과 7월 K뱅크와 카카오뱅크가 설립되었다[14]. 카카오뱅크의 2018년 말 기준 총 수신과 여신 금액은 각각 10조 8,116억 원(2017년 말 기준 : 5조 483억 원)과 9조 826억원(2017년 말 기준 : 4조 6,218억 원)으로 2017년 말과 비교하였을 때 각각 214.16%와 196.52% 증가하였다[15]. 또한 케이뱅크의 2018년 말 기준 총 수신과 여신 금액은 1조 8,624억 원(2017년 말 기준 : 1조 889억 원)과 1조 2,641억 원(2017년 말 기준 : 8,559억 원)으로 2017년 말과 비교하였을 때 각각 171.03%와 147.69% 증가하였다[16]. 영업망이 없다는 단점에도 불구하고 인터넷전문은행이 안정적으로 정착을 할 수 있게 된 이유는 전국 편의점 혹은 은행의 ATM 네트워크를 활용하면서 영업력을 강화하고, 은행의 지점과 창구를 운영하지 않는 대신 시중은행의 평균보다 높은 수준의 금리를 제공하며, 입출금 수수료 면제 혜택, 예·적금 시 이자를 현금 대신 음원사이트 이용권으로 선택할 수 있는 등 기존 은행과 차별화된 서비스를 제공하고 있기 때문이다. 하지만 시중은행에서도 디지털 디바이저를 활용하여 이용편의성을 개선하기 위한 적극적 노력으로 인해 인터넷전문은행의 혁신적 서비스의 차별성이 감소되면서 성장의 한계에 봉착하고 있다[17]. 따라서 인터넷전문은행의 성공적 정착을 위해서는 인터넷전문은행의 지속적인 이용에 영향을 미치는 요인에 대한 다각적 이해가 필요할 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 인터넷전문은행이용 소비자의 지속적 이용의도에 대한 영향요인에 대해 파악하고자 한다.

2.2 인터넷전문은행의 지각된 위험

지각된 위험(Perceived risk)은 객관적으로 존재하는 위험이 아닌 손실 발생 가능성에 대해 소비자가 주관적으로 인지하는 위험으로 정의할 수 있다[18-20]. 즉, 지각된 위험은 기대된 결과에 대해 소비자가 인지하는 손실로써 구매의 전 과정에서 항상 수반된다. 특히, 유형의 상품에 비해 경험적 특성을 제공하는 무형의 상품을 이용하는 과정에서 소비자는 높은 위험을 지각하게 된다[21,22]. 발생하는 손실의 성격에 따라 소비자가 지각하는 위험의 종류가 달라지므로 지각된 위험은 다차원적 특성을 지닌다[23]. Jacoby와 Kaplan(1972)은 전통적 상거래 환경에서 지각된 위험의 유형을 심리적 위험, 사회적 위험, 경제적 위험, 성능적 위험, 신체적 위험, 시간적 위험으로 분류하였다[23]. 1990년대 후반 인터넷의 발전과 함께 성장한 온라인상에서 소비자의 지각된 위험에 관한 연구들에서는 개인정보 및 계좌정보 유출 등과 관련된 보안적 위험의 중요성이 강조되었다[24-26]. Jarvenpaa와 Todd(1997)는 전자상거래상에서 소비자의 지각된 위험을 재무적 위험, 성능적 위험, 사회적 위험, 개인정보유출 위험, 보안적 위험으로 구분하였다[26]. 가상의 공간인 온라인에서 다양한 은행 서비스를 제공하는 인터넷뱅킹을 이용하는 소비자의 지각된 위험을 연구한 양지윤 등(2006)은 재무적 위험, 기능적 위험, 보안적 위험, 심리적 위험으로 지각된 위험을 분류하였다[27]. 인터넷전문은행의 지각된 위험에 관한 임단화(2015)의 연구에서 지각된 위험은 경제적 위험, 기능적 위험, 보안적 위험으로 분류되었다[28]. 본 연구에서는 지각된 위험을 재무적 위험, 기능적 위험, 보안적 위험으로 분류하고자 한다.

재무적 위험은 거래 전 과정에서 소비자가 인지하는 경제적 손실로 정의할 수 있다. 금전적 손실에 대한 소비자의 지각된 위험 수준은 재화와 용역에 관한 의사결정의 전 과정에서 중요한 영향을 미치게 된다[29,30]. 따라서 소비자가 지각하는 경제적 손실의 수준에 따라 은행의 이용의도에 영향을 미치게 되며, 온라인 공간에서 은행업무를 처리하는 과정에서 소비자가 지각하는 경제적 위험의 수준은 은행서비스의 이용의도에 영향을 미치게 된다[37,31]. 기능적 위험은 거래와 서비스를 이용하는 과정이 기대에 미치지 못한다고 지각하는 위험으로 정의할 수 있다. 특히 온라인상에서 뱅킹시스템을 기반으로 거래서비스가 이루어지는 인터넷전문은행에서 기능적 위험은 소비자의 이용행동에 중요한 요인으로 작용하게 된다[18]. 보안적 위험은 보안시스템의 문제로 인해 거래정보 및 개인정보 등의 유출과 계좌보호에 문제가 발생할지 모른다고 지각하는 위험으로 정의할 수 있다. Hoffman 등(1999)은 인터넷 상거래이용과정에서 핵심적 위험요인이 보안적 위험이라고 주장하였다[32]. 특히 온라인을 통한 은행서비스를 이용하는 데 있어 보안적 위험은 중요한 요인으로 작용한다[18,27,32].

인터넷전문은행은 은행업무를 가상의 공간에서 표준화되어 있지 않은 무형의 금융상품 및 서비스의 거래가 이루어지므로 소비자는 더 높은 위험을 지각하게 되며, 지각된 위험은 지속적 이용의도에 부정적 영향을 미치는 것으로 선행연구들을 통해 밝혀졌다[10,33,34]. Liao 등(1999)은 인터넷뱅킹 이용과정에서 소비자의 지각된 위

험이 이용의도에 부정적 영향을 미친다고 주장하였다[35]. Jayawardhena와 Foley(2000)의 연구에서는 인터넷뱅킹서비스 이용시 재무적 위험과 보안적 위험이 지속적 이용의도에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Aladwanl과 Prasad(2007)는 온라인에서 은행서비스를 재이용하는 중요한 요인으로 기능적 위험과 보안적 위험을 꼽았다[36,37]. 또한 최혁라 등(2006)의 연구에서 기능적 위험은 모바일뱅킹서비스의 지속적 이용에 부정적 영향을 미치는 반면, 재무적 위험은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다[38]. 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 지각된 위험을 재무적 위험, 기능적 위험, 보안적 위험으로 바라보고 인터넷전문은행 지속적 이용의도에 미치는 영향력을 파악하였다.

2.3 인터넷전문은행의 수용요인

수용요인은 새로운 정보기술에 대한 소비자의 수용 여부를 예측하기 위해 기술수용모델(Technology Acceptance Model: TAM)을 기초로 하여 소비자의 정보기술 수용과 소비자의 신뢰, 이용만족도, 지속적 이용의도에 관한 연구에 활용되고 있다[24,39]. 기술의 수용 여부를 결정하는 주요변인은 지각된 유용성(Perceived Usefulness), 편리성(Perceived ease of use), 유희성(Perceived Enjoyment)으로 분류할 수 있다[40,41].

지각된 유용성(Perceived Usefulness)은 정보기술이나 서비스를 활용하여 보다 나은 성과를 달성할 것이라고 믿는 정도를 의미한다[40]. 본 연구에서 지각된 유용성은 인터넷전문은행의 이용과정에서 신속한 업무처리로 비용이 절감되고 이익이 있을 것이라고 믿는 정도로 정의하였다. 초기 선행연구에서는 주로 전자 음성메일과 사무자동화 시스템, 컴퓨팅 시스템과 같은 전통적인 정보시스템분야의 연구에서 많이 이루어졌지만, 최근에는 인터넷 기반 검색엔진, 모바일 상거래, 인터넷 및 스마트폰 뱅킹 등 새로운 정보기술에 대한 소비자들의 수용과 지속적 이용의도 등을 예측하기 위한 연구에서 활용되고 있다[31,42-44]. 지각된 편리성(Perceived ease of use)은 새로운 기술을 이용함으로써 개인의 시간과 노력의 수고가 적게 들 것이라고 믿는 정도를 의미한다[40]. 본 연구에서는 지각된 편리성을 인터넷전문은행 이용과정의 간단한 조작과 손쉬운 사용으로 시간과 에너지가 절약될 것이라고 믿는 정도로 정의하였다. 유희성은 성능결과와 관계없이 정보기술을 사용하는 자체에서 느끼는 매력과 흥미 등의 즐거움을 의미한다[40]. 본 연구에서는 지각된 유희성을 인터넷전문은행 이용과정에서 매력과 흥미를 느끼며 즐거움을 얻게 되는 믿음 정도로 정의하였다. 유희성은 모바일상거래, IPTV, 인터넷뱅킹 등 새로운 기술 환경에서 소비자의 지각된 유용성, 지각된 편리성과 함께 이용만족도와 지속적 이용의도 등에 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다[24,25].

정영훈 등(2015)의 연구에서 지각된 유용성이 모바일 신용카드 이용 소비자의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌으며, 스마트폰뱅킹의 지속적 이용의도를 연구한 노미진(2011)의 연구에서는 편리성이 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다[22,45]. 또한 Venkatesh와 David(2000)의 연구에서 새로운 시스템이나 기술에서 즐거움과 같은 유희성을 경험하는 소비자의 경우 지속적 이용의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다[55]. 따라서 인터넷전문은행이라는 새로운 정보기술을 수용하는데 영향을 미치는 지각된 편리성, 유용성, 유희성 등이 인터넷전문은행을 지속적으로 이용하는 데 중요한 영향을 미치리라고 예측해 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 지각된 위험 수준에 따라 인터넷전문은행이용 소비자의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인을 파악하고, 아울러 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 수용요인의 조절효과를 검증하고자 하였다.

2.4 지속적 이용의도

지속적 이용의도(Continuance use intention)는 소비자가 사용하는 재화나 서비스에 대한 현재 시점의 평가를 기준으로 미래 시점의 사용여부를 결정하는 것을 의미한다[47]. 재화와 서비스의 사용 과정에서 느끼는 정서적 결과물이 만족이라면, 지속적 이용의도는 만족의 한 형태로 이어지는 행동적 결과물로 볼 수 있다[48-49]. 따라서 지속적 이용의도는 소비자가 재화나 서비스를 향후에도 지속적으로 사용하고 싶은 정도와 타인에게 사용을 권유하는 정도로 정의될 수 있다[50].

재화와 서비스의 성공은 단순히 선택의 여부보다 지속적으로 얼마나 사용하는지에 따라 결정된다. Bhattacherjee(2001)는 은행에서 기존고객을 유지하기 위한 비용에 비해 고객 확보와 계좌 개설 비용 등 신규고객을 유치하기 위해 5배 이상의 비용이 사용됨으로 서비스의 성공적 요인이 초기 서비스의 수용이 아닌 소비자의 지속적인 이용에 있다고 주장하였다[8]. 노미진(2011)과 Gewald와 Dibbern(2009)는 서비스를 이용하는 과

정에서 지속적 이용의도에 부정적 영향을 미치는 중요한 요인이 지각된 위험이라고 주장하였다[18,51]. 또한 기존 선행연구에서 수용요인은 지속적 이용의도에 직접적인 영향을 미치는 변수로 나타났다[52-53]. 문연희(2017)는 기술적 수용요인이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 보았다[54]. 따라서 본 연구에서는 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 수용요인이 지속적 이용의도에 미치는 유의한 영향을 다각적 측면에서 살펴보고자 한다.

이러한 선행연구를 근거로 지각된 위험과 수용요인에 집중하여 인터넷전문은행의 지속적 이용과의 관계를 파악하는 본 연구의 모형에는 새로운 기술 수용모형인 TAM(Technology Acceptance Model)모델이 적합하다고 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 TAM 모형에 기반하여 지각된 위험 수준에 따라 인터넷전문은행이용 소비자의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인을 파악해보고, 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 수용요인의 조절효과를 분석하고자 하였다.

3. 연구모형과 가설설정

3.1 연구모형 및 가설

본 연구의 연구모형은 선행연구를 통하여 소비자의 지각된 위험, 수용요인, 지속적 이용의도를 중심으로 Fig. 1과 같이 구성하였다.

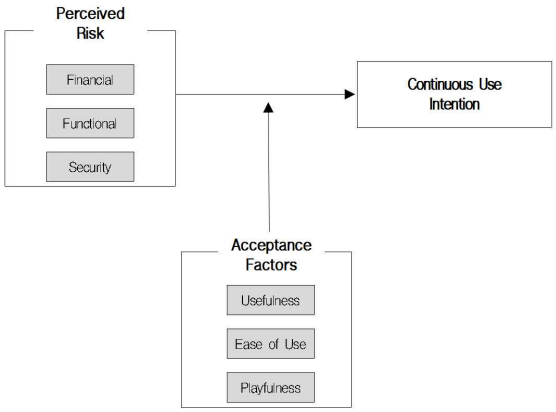

Fig. 1. Research Model

본 연구에서는 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험, 수용요인, 지속적 이용의도 간의 관계와 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 한다. 또한 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 용의도의 관계에서 수용요인의 조절효과를 검증하기 위하여 다음의 가설을 설정하였다.

신광수(2017)는 가상의 공간에서 거래가 이루어지는 인터넷전문은행의 경우 소비자의 지각된 위험 수준이 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인이라고 하였다[10]. Jayawardhena와 Foley(2000)는 재무적 위험과 보안적 위험은 지속적 이용의도 간에 유의한 관계가 있음을 확인하였으며, 노미진(2011)은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 중요한 요인이 기능적 위험이라고 주장하였다[18,36]. 또한 Lee와 Kim(2006)은 소비자의 지각된 유용성, 편리성과 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 간의 유의한 관계가 있음을 밝혔다[55]. 또한 Venkatesh와 David(2000)의 연구에서 새로운 시스템이나 기술수용과정에서 지각된 유희성의 경험이 소비자의 지속적 이용의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다[46]. 이를 바탕으로 인터넷전문은행의 지각된 위험, 수용요인과 지속적 이용의도 간의 관계를 가설로 설정하였다

H1.1. 지각된 재무적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 부(-)적 상관관계가 있다.
H1.2. 지각된 기능적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 부(-)적 상관관계가 있다.
H1.3. 지각된 보안적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 부(-)적 상관관계가 있다.
H1.4. 유용성은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 정(+)적 상관관계가 있다.
H1.5. 편리성은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 정(+)적 상관관계가 있다.
H1.6. 유희성은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도와 정(+)적 상관관계가 있다.

Tang, Ooi와 Chong(2020)는 소비자가 온라인상의 금융서비스를 이용하는 과정에서 지각된 위험이 지속적 이용의도에 부정적 영향을 미치는 요인이라고 주장하였다[56]. Asnakew[2020]는 기능적 위험과 보안적 위험이 온라인에서 은행서비스를 지속적으로 이용하는데 결정적 영향을 미치는 요인임을 밝혔다[57]. Jayawardhena와 Foley(2000)는 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 재무적 위험과 보안적 위험이 중요한 영향요인임을 확인하였다[36]. 이를 바탕으로 인터넷전문은행의 지각된 위험

을 독립변수로, 지속적 이용의도를 종속변수로 하여 가설을 설정하였다.

H2.1. 지각된 재무적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.
H2.2. 지각된 기능적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.
H2.3. 지각된 보안적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 부(−)의 영향을 미칠 것이다.

또한 위에서 언급한 선행연구를 바탕으로 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 수용요인의 조절효과 가설을 설정하였다.

H3.1. 유용성은 지각된 재무적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.2. 유용성은 지각된 기능적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.3. 유용성은 지각된 보안적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.4. 편리성은 지각된 재무적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.5. 편리성은 지각된 기능적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.6. 편리성은 지각된 보안적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.7. 유희성은 지각된 재무적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.8. 유희성은 지각된 기능적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.
H3.9. 유희성은 지각된 보안적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 조절작용을 할 것이다.

3.2 자료수집 및 분석방법

3.2.1 자료수집 및 연구대상

본 연구는 전국의 20~59세 이하의 최근 3개월 이내에 인터넷전문은행이용 경험이 있는 소비자를 대상으로 2017년 11월 13일부터 11월 23일까지 온라인전문조사기관에 의뢰하여 모의표집방법으로 조사하였다. 최종분석을 위하여 457명을 연구대상자로 선정하였다. 연구대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다. 성별은 남성 241명(52.7%), 여성 216명(47.9%)이며, 연령은 30대 157명(34.3%), 40대 이상 156명(34.2%), 20대 144명(31.5%)순으로 나타났다. 학력은 대졸이하 집단이 78.1%로 가장 많았으며, 월평균 가계소득은 300만원이상에서 400만원미만인 집단과 500만원이상에서 600만원미만인 집단이 각 87명(19.0%)으로 가장 높았다.

Table 1. Demographic characteristics of the respondents

Construct		N	(%)
Gender	Male	241	(52.7)
	Female	216	(47.3)
Age	≥20 ≤29	144	(31.5)
	≥30 ≤39	157	(34.3)
	≥40	156	(34.2)
Education	≤High school	46	(10.1)
	<High school ≤University	357	(78.1)
	≥University	54	(11.8)
Monthly standard income (Unit : 10,000 Won)	<200	52	(11.4)
	≥200 <300	59	(12.9)
	≥300 <400	87	(19.0)
	≥400 <500	74	(16.2)
	≥500 <600	87	(19.0)
	≥600 <700	60	(13.2)
	≥700	38	(8.3)

3.2.2 측정도구 및 자료분석 방법

3.2.2.1 측정도구

인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용요인의 조절효과를 분석하기 위해 본 연구에서는 지각된 위험, 수용요인과 인터넷전문은행의 지속적 이용의도를 측정도구로 선정하였다. 측정도구의 구체적 항목은 <Table 2>와 같다.

3.2.2.1.1 인터넷전문은행의 지각된 위험

인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험은 Jacoby와 Kaplan(1976), 임단화(2015)의 연구를 기초로 총 11문항으로 구성하였다[23,28]. 지각된 위험의 하위영역은 재무적, 기능적, 보안적 위험으로 구성되었다. 재무적 위험은 인터넷전문은행의 이용과정에서 발생할 수 있는 금전적 손실 정도를 의미한다. 측정 문항은 인터넷전문은행 가입, 이용과 거래서비스 과정에서 금전적 손실이 발생할 것이라고 느끼는지 등의 총 4문항으로 구성하였다. 기능적 위험은 인터넷전문은행을 이용과정에서 기능적 서비스와 거래과정이 기대에 미치지 못한다고 지각하는 정도를 의미한다. 측정문항은 인터넷전문은행 거래과정에서 어려움을 느끼는지, 질적 서비스가 미흡할 것이라고 느끼는지 등의 총 3문항으로 구성하였다. 보안적 위험은

Table 2. Operational definition of variables

Variable		Measurement item	Related Articles
Perceived Risk	Financial	There is concern that financial losses may occur due to the use of an Internet primary bank.	Jacoby & Kaplan (1972) 임단화(2015) [23,28]
		An individual is easily exposed to a financial fraud due to the use of an Internet primary bank.	
		There is concern that financial losses may occur due to opening a bank account of an Internet primary bank.	
		There is concern that financial losses may occur in the process of financial transactions through an Internet primary bank.	
	Functional	The transaction processes of Internet primary banks are difficult.	
		Qualitative services of Internet primary banks are unsatisfactory.	
		Functional services of Internet primary banks are unsatisfactory.	
	Security	There is concern about occurrence of a security problem in the course of using an Internet primary bank.	
		There is concern about hacking or the criminal use of transaction information due to information leakage in the course of using an Internet primary bank.	
		There is concern about the leakage of personal information in the process of using an Internet primary bank.	
		There is concern that the security system of Internet primary bank does not ensure proper protection of accounts.	
Acceptance Factors	Usefulness	The Internet primary bank is easy and covenient to use.	Venkatesh & David(2000) 이현수 & 채영일(2003) 임단화(2015) [28, 33, 46]
		The Internet primary bank is simple to operate.	
		The Internet primary bank can save time and energy.	
		There is easy to understand the process of using Internet primary bank	
	Ease of Use	Using the Internet primary bank reduce the cost of banking processing.	
		Using the Internet primary bank enable faster processing than existing banks.	
		There is more useful of the business processing service provided by the Internet primary bank.	
		There is profitable to use the Internet primary bank.	
	Playfulness	There feels fun to use the Internet primary bank.	
		There is interesting to process of using the Internet primary bank.	
		There is attractive to use the Internet primary bank.	
		There is fun to use the Internet primary bank.	
		The process of using the Internet primary bank makes you feel good.	
Continuous Use		Intention to make steady use of services of an Internet primary bank.	Agarwal & Pasad(1988) 임단화(2015) [28,37]
		Intention to use an Internet primary bank for a long term.	
		Intention to continue to use an Internet primary bank	

인터넷전문은행의 이용과정에서 은행 보안시스템의 문제로 인해 개인정보나 거래정보 유출, 계좌보호에 있어 문제가 발생할 수 있을 것이라고 지각하는 정도로 정의하였다. 문항은 인터넷전문은행으로 개인정보나 거래정보 유출이 우려되는지, 이용과정에서 보안문제 발생이 우려되는지, 인터넷전문은행의 보안시스템이 계좌를 충분히 보호하지 못할 것 같은지 등 총 4문항으로 구성하였다. 도구의 측정은 5점 Likert 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 지각된 위험의 수준이 높음을 의미한다. 각 변수의 측정 문항 간의 내적 일관성인 Cronbach's α값은 0.85-0.89로 변수의 신뢰성이 검증되었다.

3.2.2.1.2 인터넷전문은행의 수용요인

인터넷전문은행의 수용요인은 Venkatesh와 David, 이현수와 채영일(2003), 임단화(2015)의 연구를 기초로 총 13문항으로 구성하였다[28,33,46]. 수용요인의 하위영역은 유용성, 편리성, 유희성으로 구성되었다. 유용성은 인터넷전문은행이 신속한 업무처리로 비용이 절감되고 이익을 줄 것이라고 믿는 정도를 의미한다. 측정문항은 기존은행보다 인터넷전문은행이 업무처리서비스가 더 유용한지, 신속한 업무처리를 가능하게 해주는지, 업무처리 비용이 절감되는지 등 총 4문항으로 구성하였다. 편리성은 인터넷전문은행 이용과정의 간단한 조작과 손쉬운 사용으로 시간과 에너지가 절약될 것이라고 믿는 정도를

의미한다. 측정문항은 인터넷전문은행은 사용하기 쉽고 편리한지, 조작하기 간단한지, 이용과정은 이해하기 쉬운지 등 총 4문항으로 구성하였다. 유희성은 인터넷전문은행을 이용하는 과정에서 매력과 흥미를 느끼며 즐거움을 얻을 수 있다고 여기는 믿음 정도를 의미한다. 측정문항은 인터넷전문은행 사용이 즐거운지, 흥미로운지, 재미있는지, 기분을 좋게 하는지 등 총 5문항으로 구성하였다. 도구의 측정은 5점 Likert 척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 인터넷전문은행의 수용수준이 더 높음을 의미한다. 각 변수의 측정 문항 간의 내적 일관성인 Cronbach's α값은 0.84-0.86으로 변수의 신뢰성이 검증되었다.

3.2.2.1.3 인터넷전문은행의 지속적 이용의도

인터넷전문은행의 지속적 이용의도는 Agarwal & Prasad(2007), 임단화(2015)의 연구를 기초로 총 3문항으로 구성하였다[28,37]. 지속적 이용의도는 인터넷전문은행을 지속적으로 이용하려는 의도를 의미한다. 측정문항은 인터넷전문은행을 지속적으로 이용할 의사가 있는지, 서비스를 장기적으로 사용할 것인지, 타인에게 추천할 의향이 있는지 등 총 3문항으로 측정하였다. 도구의 측정은 5점 Likert척도를 사용하였으며, 점수가 높을수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도가 높음을 의미한다.

3.2.2.2 자료분석 방법

수집된 자료는 STATA 13.0프로그램을 이용하여 분석하였다. 측정변수의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였으며, 조사 도구의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach'α를 산출하였다. 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험, 수용요인, 지속적 이용의도 간의 관계를 살펴보기 위해 상관관계를 분석하였다. 또한 인터넷전문은행이용 소비자의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 지각된 위험과 수용요인의 주효과와 상호작용효과를 분석하기 위하여, 1단계 통제변수, 독립변수, 조절변수, 2단계 통제변수, 독립변수, 조절변수, 상호작용 변수를 넣어 위계적 중다회귀분석(hierarchical multiple regression analysis)을 실시하였으며, 유의한 상호작용효과가 나타난 경우 상호작용패턴을 살펴보기 위해 Aiken과 West(1991)가 제안한 단순 기울기검증(simple slope)을 실시하여 구체적인 상호작용 양상을 살펴보았다[58].

4. 연구결과

4.1 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험, 수용요인, 지속적 이용의도 간의 관계

인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험, 수용요인과 지속적 이용의도 간의 상관관계를 살펴본 결과 <Table 3>와 같다. 분석결과 H1.1-3의 가설인 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도 간의 유의한 부적 상관관계를 보임으로 가설이 채택되었다. 즉, 재무적, 기능적, 보안적 위험의 지각수준이 낮을수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도가 높아짐을 알 수 있었다.

또한 H1.4-6의 가설인 인터넷전문은행의 수용요인과 지속적 이용의도 간의 유의한 정적 상관관계를 보임으로 가설이 채택되었다. 이는 소비자가 인터넷전문은행 이용과정에서 유용성, 편리성, 유희성을 높게 지각할수록 인터넷전문은행을 지속적으로 이용하려는 의도가 높아짐을 알 수 있었다.

4.2 인터넷전문은행이용 소비자의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인

Table 3. Correlation between perceived risk, acceptance factors, continuous use intention

Construct		Perceived Risk			Acceptance Factors			Continuous Use Intention
		Financial	Functional	Security	Usefulness	Ease of Use	Playfulness	
Perceived Risk	Financial	1						
	Functional	.59***	1					
	Security	.64***	.49***	1				
Acceptance Factors	Usefulness	-.24***	-.39***	-.14**	1			
	Ease of Use	-.27***	-.43***	-.11*	.74***	1		
	Playfulness	-.20**	-.28***	-.14**	.62***	.65***	1	
Continuous Use Intention		-.35***	-.36***	-.27***	.62***	.60***	.65***	1

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

인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 알아보기 위해 위계적 중다회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 4>와 같다. <step 1>은 인터넷전문은행의 일반적 특성을 통제변수로 투입하였고, <step 2>는 인터넷전문은행에 대한 지각된 위험을 추가하여 인터넷전문은행의 지속적 이용의도의 영향을 검증하였다. 위계적 회귀분석에 앞서 독립변수들 간의 다중공선성을 판단하기 위해 공차한계(tolerance)와 분산팽창요인(variance inflation factor)값을 살펴본 결과, 모든 경우에서 독립변수의 공차한계 값이 0.3이상이고, 분산팽창요인 값이 3미만으로 나타나 다중공선성이 존재하지 않음을 확인하였다.

Table 4. Effect of perceived risk on continuous use intention of internet primary banks

Category		Step 1			Step 2		
		b	(se)	β	b	(se)	β
(Constant term)		3.66	(.14)		3.68	(.13)	
Control Variable	Gender Male (Female=0)	.14*	(.06)	.11	.16**	(.06)	.13
	Age	.09*	(.04)	.11	.08*	(.04)	.11
	Education (≤High school =0) ≤ University	−.27**	(.10)	−.18	−.24*	(.09)	−.16
	Education (≤High school =0) ≥ University	−.22	(.13)	−.11	−.19	(.12)	−.10
	Monthly Standard Income	.03	(.02)	.09	.02	(.02)	.06
Perceived Risk	Financial				−.16**	(.05)	−.19
	Functional				−.22**	(.05)	−.26
	Security				.01	(.05)	.01
F		4.41**			13.07***		
R^2		.051			.204		
adj. R^2		.039			.188		
⊿ R^2					.149		

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

우선, 통제변인만 투입한 결과, 일반적 특성은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도를 3.9% 설명하였다. 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 일반적 특성은 학력(β=−0.18), 성별(β=0.11), 연령(β=0.11) 순으로 나타났다. 이는 고졸초과 대졸이하의 집단 비해 고졸이하의 집단일수록, 여성에 비해 남성의 경우, 연령이 높을수록 인터넷전문은행을 지속적으로 이용하려는 의도가 유의하게 높아지는 것을 알 수 있었다.

다음으로 인터넷전문은행의 지각된 위험 변수를 추가한 <step 2>에서는 그 설명력이 14.9%(3.9%→18.8%) 증가하였다. 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 요인은 기능적 위험(β=−0.26), 재무적 위험(β=−0.19), 학력(β=−0.16), 성별(β=0.13), 연령(β=0.11) 순으로 나타났다. 즉, 인터넷전문은행의 거래과정이 어렵고 서비스가 미흡하다고 지각할수록, 인터넷전문은행의 이용과정에서 금전적 손실이 발생할지 모른다고 지각할수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도가 높아지는 것을 알 수 있었다. 분석결과 H2.1, 2의 가설인 재무적 위험과 기능적 위험은 소비자의 지속적 이용의도에 유의한 부(−)적 영향을 미치고, p값도 유의미하므로 가설이 채택되었다. 그러나 가설 H2.3인 보안적 위험은 지속적 이용의도에 미치는 영향은 p값이 유의하지 않아 기각되었다.

4.3 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용요인의 조절효과 검증

본 연구에서 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용요인의 조절효과를 알아보기 위해 위계적 중다회귀분석을 실시하였다. 1단계에서는 일반적 특성(통제변수)과 지각된 위험(독립변수) 및 수용요인(조절변수)를 투입하였고, 2단계에서는 상호작용항을 투입하여 설명력의 증가와 상호작용항의 유의성을 검증하였다. 회귀분석의 다중공선성의 문제를 해결하기 위하여 연속변수들에 대하여 평균 중심화(mean−centering)한 변수를 사용하였다. 유의한 상호작용효과가 나타난 경우 상호작용패턴을 살펴보기 위해 Aiken과 West(1991)가 제안한 단순기울기검증(simple slope)을 실시하여 구체적인 상호작용 양상을 살펴보았다[58].

우선, 인터넷전문은행의 수용요인 중 유용성의 조절효과를 검증한 결과는 <Table 5>와 같다. 일반적 특성을 통제한 후 지각된 위험과 수용요인 중 유용성이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석한 결과(1단계), 통제변수 중 성별(β=0.10), 학력((β=−0.15, β=−0.10), 월가계소득(β=0.09)와 지각된 위험 중 재무적 위험(β=−0.15)이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미쳤다. 또한 조절변수인 유용성(β=0.55)은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상호작용항을 투입한 2단계에서 재무적, 기능적 위험과 유용성의 상호작용은 통계적으로 유의하지 않았다. 반면, 보안적 위험과 유용성의 상호작용은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 1단계보다 상호작용항이 추가된 2단계의 설명력이 1.6%(44.2%→45.8%) 유의하게 증가한 것으로 나타나, 보안적 위험이

Table 5. Moderating effect of usefulness on the relationship between perceived risk and continuous use intention of internet primary banks

Category		Step 1			Step 2								
		b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β
	(Constant term)	3.76	(.10)		3.73	(.10)		3.70	(.11)		3.75	(.10)	
Control Variable	Gender (Female=0) Male	.13**	(.05)	.10	.13**	(.05)	.11	.12**	(.05)	.10	.14**	(.05)	.11
	Age	.02	(.03)	.03	.02	(.03)	.03	.03	(.03)	.03	.02	(.03)	.03
	Education (≤High school=0) ≤University	−.22**	(.08)	−.15	−.20*	(.08)	−.13	−.20*	(.08)	−.13	−.20**	(.08)	−.14
	≥University	−.20*	(.10)	−.10	−.17	(.10)	−.08	−.17	(.10)	−.09	−.16	(.10)	−.08
	Monthly Standard Income	.03*	(.01)	.09	.03*	(.01)	.08	.03*	(.01)	.09	.02	(.01)	.07
Perceived Risk	Financial	−.12**	(.04)	−.15	−.12**	(.04)	−.14	−.12**	(.04)	−.15	−.13**	(.04)	−.16
	Functional	−.03	(.04)	−.03	−.03	(.04)	−.03	−.02	(.04)	−.02	−.03	(.04)	−.04
	Security	−.05	(.04)	−.06	−.04	(.04)	−.05	−.05	(.04)	−.06	.00	(.04)	.00
Acceptance Factors	Usefulness	.57***	(.04)	.55	.57***	(.04)	.55	.56***	(.04)	.54	.57***	(.04)	.55
Moderating Effect	Financial*Usefulness				−.12	(.06)	−.08						
	Functional*Usefulness							−.14	(.06)	−.10			
	Security*Usefulness										−.19***	(.05)	−.14
F		37.63***			34.62***			34.99***			36.14***		
R^2		.454			.460			.463			.471		
adj. R^2		.442			.447			.450			.458		
⊿ R^2		−			.005			.008			.016		

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

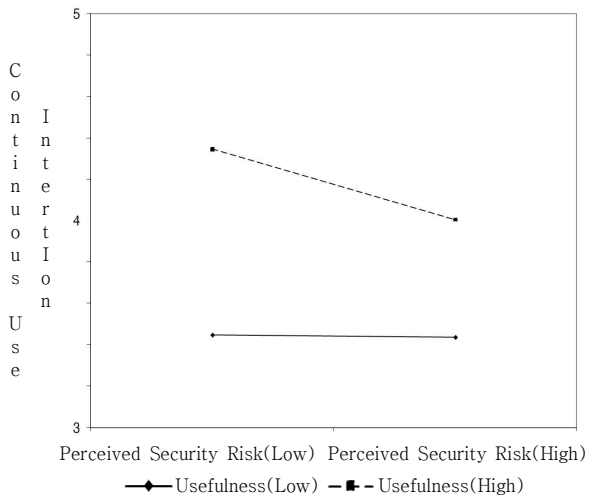

Fig. 2. Interaction between usefulness and perceived security risk on continuous use intention

지속적 이용의도에 미치는 영향에서 유용성의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다. 상호작용항의 효과를 구체적으로 살펴보면 <Fig. 2>와 같다. 인터넷전문은행의 유용성 수준에 따라 지속적 이용의도 수준의 양상이 다르게 나타남을 확인하였다. 인터넷전문은행이용 소비자가 유용성 수준을 높게 지각하는 경우, 보안적 위험을 높게 지각할수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준이 유의하게 감소하였다.(t=−5.54, p<.001). 반면, 유용성 수준을 낮게 지각하는 경우는 보안적 위험수준이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(t=0.92, ns). 즉, 보안적 위험 수준이 낮은 집단에 비해 높은 집단의 소비자가 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준이 낮은 것을 알 수 있었다. 또한 보안적 위험의 수준(고/저)에 따라 유용성이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 미치는 양상이 다르게 나타났다. 보안적 위험 수준이 낮은 집단의 경우 유용성이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 반면, 보안적 위험을 높게 지각하는 집단의 경우 인터넷전문은행을 이용함으로써 신속한 업무처리가 가능하여 비용이 절감되고 이익이 커질 수 있고 믿는 유용성 수준이 높아질수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도가 높아지는 것을 알 수 있었다.

분석결과 H3.1, 2의 가설인 유용성은 재무적, 기능적 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 조절작용은 유의하지 않아 가설이 기각되었다. 그러나 H3.3 유용성은 보안적 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 조절작용은 유의한 것으로 나타나 가설이 채택되었다.

Table 6. Moderating effect of Ease of Use on the relationship between perceived risk and continuous use intention of internet primary banks

		Step 1			Step 2								
		b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β
	(Constant term)	3.69	(.10)		3.66	(.10)		3.62	(.10)		3.68	(.10)	
Control Variable	Gender Male (Female=0)	.20***	(.05)	.16	.20***	(.05)	.16	.19***	(.05)	.15	.21***	(.05)	.16
	Age	.05	(.03)	.06	.05	(.03)	.06	.06*	(.03)	.07	.05	(.03)	.06
	Education (≤High school=0) ≤ University	−.20**	(.08)	−.14	−.17*	(.08)	−.11	−.17*	(.08)	−.11	−.19*	(.08)	−.12
	Education (≤High school=0) ≥ University	−.21*	(.10)	−.11	−.16	(.10)	−.08	−.18	(.10)	−.09	−.18	(.10)	−.09
	Monthly Standard Income	.02	(.01)	.07	.02	(.01)	.06	.02	(.01)	.06	.02	(.01)	.06
Perceived Risk	Financial	−.09*	(.04)	−.11	−.06	(.04)	−.08	−.08	(.04)	−.09	−.09*	(.04)	−.11
	Functional	−.02	(.04)	−.02	−.02	(.04)	−.03	−.02	(.04)	−.02	−.03	(.04)	−.04
	Security	−.08	(.04)	−.10	−.07	(.04)	−.09	−.08	(.04)	−.09	−.04	(.04)	−.05
Acceptance Factors	Ease of Use	.56***	(.04)	.56	.57***	(.04)	.56	.57***	(.04)	.57	.55***	(.04)	.55
Moderating Effect	Financial*Ease of Use				−.17**	(.06)	−.11						
	Functional*Ease of Use							−.20***	(.05)	−.13			
	Security*Ease of Use										−.15**	(.06)	−.11
F		37.07***			34.84***			35.70***			34.61***		
R^2		.450			.462			.468			.460		
adj. R^2		.438			.449			.455			.447		
⊿ R^2		−			.011			.017			.009		

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

다음으로, 인터넷전문은행의 수용요인 중 편리성의 조절효과를 검증한 결과는 <Table 6>과 같다. 일반적 특성을 통제한 후 지각된 위험과 수용요인이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석한 결과(1단계), 통제변수 중 성별(β=0.16), 학력(β=−0.14, β=−0.11)과 지각된 위험 중 재무적 위험(β=−0.11)이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미쳤다. 또한 조절변수인 편리성(β=0.56)은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상호작용항을 투입한 2단계에서 재무적, 기능적, 보안적 위험과 편리성의 상호작용은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 1단계보다 상호작용항이 추가된 2단계의 설명력이 재무적 위험 1.1%(43.8%→44.9%), 기능적 위험 1.7%(43.8%→45.5%), 보안적 위험 0.9%(43.8%→44.7%)이 유의하게 증가한 것으로 나타났다. 즉 인터넷전문은행의 모든 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)이 지속적 이용의도에 미치는 영향에서 유용성의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다. 상호작용항의 효과를 구체적으로 살펴보면 <Fig. 3>와 같다. 인터넷전문은행의 편리성 수준에 따라 지속적 이용의도 수준의 양상이 다르게 나타남을 확인하였다. 인터넷전문은행이용 소비자가 편리성 수준을 높게 지각하는 경우, 재무적(t=−5.49, p<.001), 기능적(t=−5.16, p<.001), 보안적(t=−5.58, p<.001) 위험이 증가함에 따라 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준이 유의하게 감소하였다.(t=−5.49, p<.001, t=−5.16, p<.001, t=−5.05, p<.001). 반면, 유용성 수준을 낮게 지각하는 경우는 지각된 위험 수준(재무적, 기능적, 보안적)이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(t=0.79, ns, t=1.93, ns, t=0.12, ns). 즉, 인터넷전문은행의 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적) 수준이 낮은 집단에 비해 높은 집단의 소비자가 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준이 낮은 것을 알 수 있었다. 또한 인터넷전문은행의 편리성 수준에 따라 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준의 양상이 다르게 나타났다. 지각된 위험수준(재무적, 기능적, 보안적)이 낮은 집단의 경우 편리성이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않았다. 반면, 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)수준이 높은 집단의 경우 인터넷전문은행 이용과정이 간단한 조작과 손쉬운 사용으로 시간과 에너지가

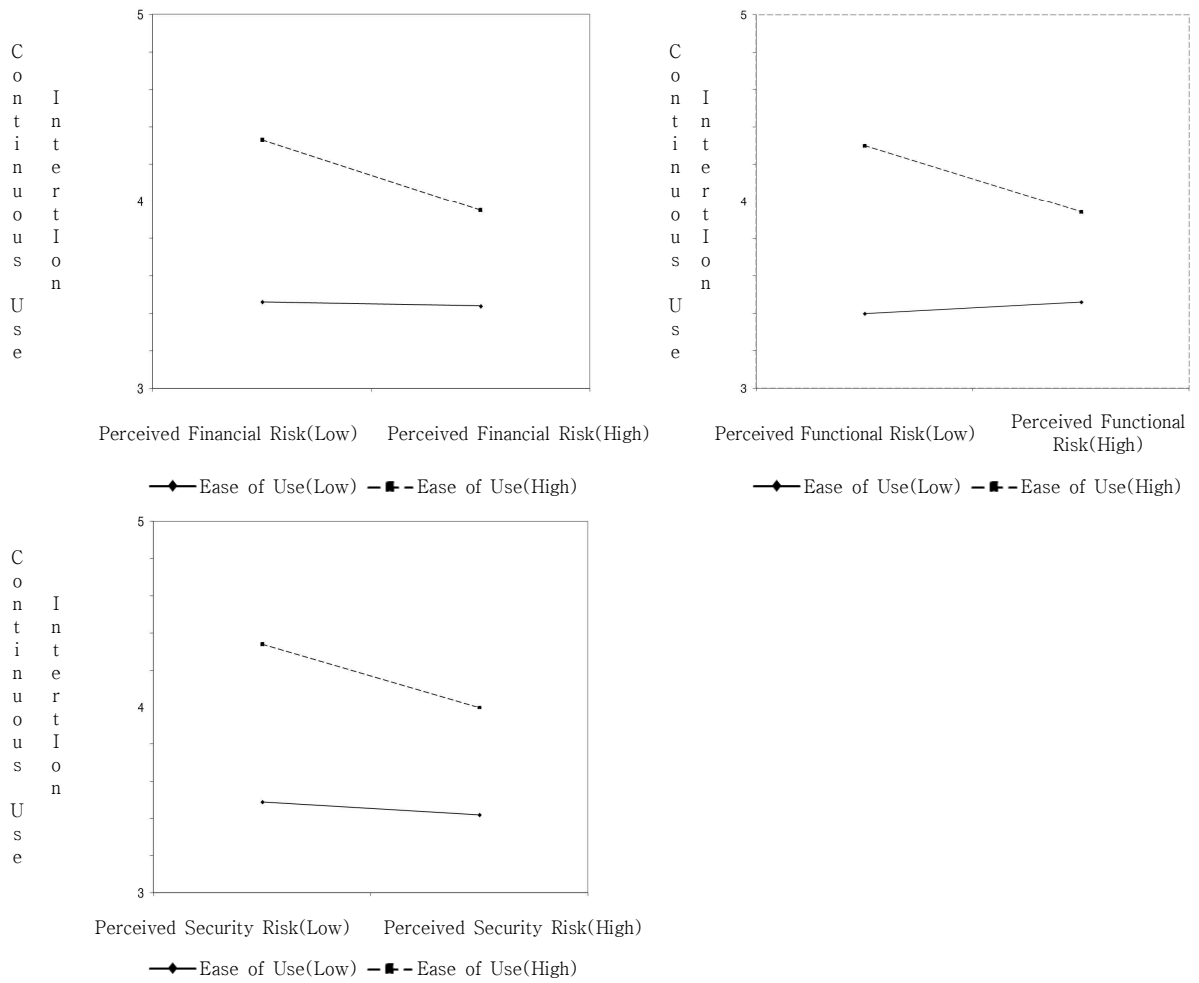

Fig. 3. Interaction between ease of use and perceived risk on continuous use intention

절약될 수 있다고 믿을수록 인터넷전문은행의 지속적 이용의도 수준이 높아지는 것을 알 수 있었다.

분석결과 H3.4-6의 가설인 편리성은 재무적, 기능적, 보안적 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 유의한 조절작용이 나타나 가설이 채택되었다.

인터넷전문은행의 수용요인 중 유희성의 조절효과를 검증한 결과는 <Table 7>과 같다. 일반적 특성을 통제한 후 지각된 위험과 수용요인이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석한 결과(1단계), 통제변수 중 성별(β=0.12)과 학력(β=-0.10)과 지각된 위험 중 재무적(β=-0.16), 기능적(β=-0.11)이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미쳤다. 또한 조절변수인 유희성(β=0.57)은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 상호작용항을 투입한 2단계에서 재무적, 기능적, 보안적 위험과 유희성의 상호작용은 유의하지 않게 나타났다. 즉, 인터넷전문은행이용 소비자가 지각하는 재무적, 기능적 위험의 수준은 인터넷전문은행 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 지각된 위험과 이용의도 간의 관계에서 유희성이 유의한 상호작용 효과는 없는 것으로 밝혀졌다.

분석결과 H3.7-9의 가설인 유희성은 재무적, 기능적, 보안적 위험과 지속적 이용의도 간의 관계에서 조절작용은 유의미하지 않아 가설이 기각되었다.

이상의 연구결과를 <Fig. 1> 연구모형 측면에서 정리해보면, 지각된 위험에서 재무적, 기능적 위험은 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용요인의 조절효과가 검증되었다. 유용성은 보안적 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과가 있는 것으로 나타났으며, 편리성은 모든 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)과 지속적 이용의도의 관계에서 조절효과가 유의한 것으로 나타났다. 유희성은 모든 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

Table 7. Moderating effect of playfulness on the relationship between perceived risk and continuous use intention of internet primary banks

		Step 1			Step 2								
		b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β	b	(se)	β
	(Constant term)	3.76	(.10)		3.77	(.10)		3.77	(.10)		3.75	(.10)	
Control Variable	Gender Male (Female=0)	.15**	(.04)	.12	.14**	(.05)	.11	.14**	(.04)	.12	.16**	(.04)	.13
	Age	.03	(.03)	.05	.03	(.03)	.04	.03	(.03)	.04	.04	(.03)	.05
	Education (≤High school=0) ≤ University	−.15*	(.07)	−.10	−.15*	(.07)	−.10	−.15*	(.07)	−.10	−.14	(.07)	−.09
	Education (≤High school=0) ≥ University	−.10	(.10)	−.05	−.10	(.10)	−.05	−.10	(.10)	−.05	−.09	(.10)	−.05
	Monthly Standard Income	.01	(.01)	.02	.01	(.01)	.02	.01	(.01)	.02	.01	(.01)	.02
Perceived Risk	Financial	−.13**	(.04)	−.16	−.13**	(.04)	−.16	−.13**	(.04)	−.16	−.13**	(.04)	−.16
	Functional	−.09*	(.04)	−.11	−.09*	(.04)	−.11	−.09*	(.04)	−.11	−.09*	(.04)	−.11
	Security	−.01	(.04)	−.01	−.01	(.04)	−.01	−.01	(.04)	−.01	.01	(.04)	.01
Acceptance Factors	Playfulness	.56***	(.04)	.57	.56***	(.04)	.58	.56***	(.04)	.58	.56***	(.04)	.57
Moderating Effect	Financial*Playfulness				.03	(.05)	.02						
	Functional*Playfulness							.02	(.05)	.01			
	Security*Playfulness										−.09	(.04)	−.08
F		45.12***			40.59***			40.54***			41.38***		
R^2		.499			.488			.487			.505		
adj. R^2		.488			.445			.446			.493		
⊿ R^2		−			−.043			−.042			.005		

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

5. 결론

인터넷전문은행을 이용한 경험이 있는 소비자를 대상으로 지각된 위험 즉 재무적, 기능적, 보안적 위험이 지속적 이용의도에 미치는 영향을 분석하고, 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 수용적 요인의 조절효과를 검증한 본 연구의 주요 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 인터넷전문은행이용 소비자의 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)은 수용요인과 지속적 이용의도 간에 유의한 부적 상관관계를 보였으며, 수용요인(유용성, 편리성, 유희성)은 지속적 이용의도 간에 유의한 정적 상관관계를 보였다.

둘째, 인터넷전문은행 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 지각된 위험 요인은 재무적, 기능적 요인으로 나타났다.

셋째, 지각된 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 조절변수인 수용요인(유용성, 편리성, 유희성)은 모두 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조절변수의 조절효과 검증에서 유용성은 보안적 위험과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과가 있는 것으로 나타났으며, 편리성은 모든 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)과 지속적 이용의도의 관계에서 조절효과가 유의한 것으로 나타났다. 유희성은 모든 지각된 위험(재무적, 기능적, 보안적)과 지속적 이용의도의 관계에서 유의한 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 지각된 위험인 재무적 위험, 기능적 위험 요인이 인터넷전문은행의 지속적 이용의도에 유의한 영향을 미친다는 기존의 선행연구 결과를 재확인하였다. 소비자의 지속적 이용의도를 향상시키기 위해서는 인터넷전문은행의 이용과정에서 지각하는 금전적 손실에 대한 우려와 기능적 서비스와 거래과정에 대한 불안을 최소화하여야 함을 시사하고 있다.

둘째, 유용성은 지속적 이용의도에 직접적인 영향을 끼칠 뿐 아니라 보안적 위험과 지속적 이용의도 관계에서 유의한 조절효과가 있음이 확인되었다. 따라서 인터넷전문은행의 유용성 수준을 향상할 필요가 있으며, 보안적 위험을 높게 인지하는 소비자에게는 유용성의 측면을 강조하여 지속적 이용의도로 연결되도록 한다.

셋째, 편리성은 지속적 이용의도에 직접적인 영향을

끼칠 뿐 아니라 모든 지각된 위험과 지속적 이용의도 관계에서 유의한 조절효과를 보이는 것으로 확인되었다. 그러므로 차별화된 편리성을 확보하여 소비자의 인터넷전문은행 이용의도를 지속시킬 필요가 있으며, 재무와 기능 그리고 보안에 대하여 위험을 지각하는 소비자에게는 인터넷전문은행의 편리성을 강조하는 것이 지속적 이용의도에 효과적일 수 있음을 시사한다.

본 연구의 실무적·정책적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 인터넷전문은행은 금융거래에 존재하는 재무적 위험과 서비스의 기능적 위험을 감소시키는 방안을 강구해나가야 한다. 인터넷전문은행은 점포 운영비, 인건비 등이 최소화되므로 기존 일반 은행보다 예금금리를 높이거나 대출 금리를 낮출 수 있는 여력이 있다. 또한 인터넷전문은행 중 카카오뱅크는 기존 제1금융권 이용이 어려운 중신용자에 대한 중금리 신용대출을 금융서비스로 제시하였다[56]. 이와 같이 인터넷전문은행의 강점을 부각하여 재무적 측면에서 소비자에게 도움이 되는 다양한 금융상품을 제시하여 금전적 손실에 대한 우려감을 감소시키는 것이 필요하다. 또한 거래와 이용과정에서는 질적인 서비스가 기대에 미치지 못할 것이라는 불안감을 해소할 수 있도록 시장 경쟁력을 갖출 수 있는 소비자중심 서비스 전략을 수립해야 한다. 사용자 친화적 서비스와 정보의 제공, 비대면거래에서 오는 불안감을 개인화된 서비스의 응대로 강화하여 소비자가 기능적 위험을 지각하지 않도록 노력해야 할 것이다.

둘째, 인터넷전문은행을 이용함에 있어 개인정보나 거래정보 유출, 계좌보호에 대한 문제 발생에 대한 위험을 지각하는 소비자에게는 인터넷전문은행이 가지고 있는 특성인 유용하고 신속한 업무처리와 이로 인한 비용절감을 강조하여 지속적 이용으로 연결되도록 한다. 소비자 측면에서 인터넷전문은행의 사용이 자신의 금융생활을 보다 더욱 빠르고 생산성을 높이게 한다는 실질적인 유용성을 인지할 수 있도록 적극적인 전달체계를 마련할 필요가 있다.

셋째, 인터넷전문은행에 대하여 위험을 지각하는 소비자에게 인터넷전문은행 서비스를 이용하는 것이 편리하고 이해하기 쉬우며 간단한 조작으로 시간과 에너지가 절약된다는 확신을 전달하면 지속적 이용의도가 높아질 것이다. 인터넷전문은행의 긍정적 측면으로 부각되는 비대면 계좌 개설과 모바일 앱(app)의 사용과 관련된 편리성은 기존 시중은행에서도 제공 가능한 서비스이다. 그러므로 인터넷전문은행의 차별화된 편리성을 구축하기 위해서는 서비스 개발 시 기존 소비자와 잠재적 금융소비자의 의견을 적극적으로 반영할 필요성이 있다. 연령, 사용목적, 사용방법별로 세분화하여 현재의 인터넷전문은행 사용에 있어 불편한 사항이나 추가적인 편의 서비스 사항을 파악하여 소비자 지향적인 편의성이 확보될 수 있도록 한다. 사용자인 소비자가 중심이 되도록 하여 인터넷전문은행에 쉽게 접근하고 보다 손쉽게 이용할 수 있도록 편의성을 제고한다면 지각된 위험을 인지하는 소비자라도 지속적 이용의도를 높일 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점과 향후 연구방향에 대해 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 TAM에 근거하여 인터넷전문은행의 지속적 이용의도를 지각된 위험과 수용요인에 한정하여 살펴봄으로써 다양한 환경적 요인을 고려하지 못한 아쉬움이 있다. 따라서 향후 연구에서는 UTAUT 등 정보기술에 대한 다양한 추가 영향요인을 파악하여 소비자의 지속적 이용의도에 대한 구체적인 검증이 이루어져야 한다. 둘째, 인터넷전문은행 사용과정에서 소비자가 실제적으로 겪은 불편사항과 긍정적 경험들이 파악되지 못하였으므로, 향후 연구에서는 추가적인 조사가 이루어질 필요가 있다. 또한 인터넷전문은행을 꾸준히 지속적으로 사용하고 있는 소비자를 대상으로 실제 사용 지속성에 대한 이유를 파악하여 구체적 정보를 확보할 필요가 있다.

REFERENCES

[1] J. K. Bae. (2018). A study on the effect of personal innovativeness, perceived relative advantage, perceived serviceability, and perceived security on satisfaction and continuance usage intention in Internet primary bank users. *Logos Management Review, 16(4)*, 141-154.

[2] J. M. Lee. (2018). The effects of consumers' perceived value and network externality on continuous use intention of internet primary bank. *Journal of Consumer Studies, 29(4)*, 139-159.

[3] K. M. Koo (2018. 6. 20). *Internet Primary Banks for international settlements capital ratio have taken a nosedive, 24% to 11%...all net loss.* Money Today. https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018062010342826470

[4] H. N. Park (2019. 3. 3). *The purpose of establishing the 2nd Internet Primary Bank were ambiguous. It became a playground for existing financial holdings.* Maeil Ilbo. http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=500583

[5] J. Y. Lee (2019. 7. 30.). *Kakao Bank 2 years, Couldn't*

achieve Middle Interest Rate· Card·Listing...It's Still following the existing banks. Invest Chosun. http://www.investchosun.com/2019/07/30/3239967.

[6] E. G. Jang & J. M. Lee. (2019). A study on consumer usage pattern, satisfaction, and continuous use intention for internet-only banks: Application of use-diffusion model. *Journal of Consumption Culture, 22(1)*, 69-94.

[7] J. A. Kim & J. W. Yoon. (2018). Study about the positive and negative affect on the continuance intention of internet only bank. *Journal of Digital Convergence, 16(12)*, 267-281.

[8] A. Bhattacherjee. (2001). Understanding information systems continuance : An expectation - confirmation model. *MIS Quarterly, 25(3)*, 351-370.

[9] H. I. Yoo, J. Y. An & C. C. Lee. (2018). A study factors affecting continuance intention of internet only bank: Using task-technology fit theory. *The Journal of Society for e-Business Studies, 23(3)*, 11-128.

[10] K. S. Shin. (2017). *The effect of perceived value and perceived risk of internet primary bank on satisfaction and intention to use continuously : Focusing on Kakao Bank.* Master dissertation. Korea University, Seoul.

[11] C. S. Yum & J. B. Hong. (2004). An empirical study on the factors influencing customer satisfaction of internet banking. *Industrial Engineers Interfaces, 17(3)*, 305-313.

[12] J. I, Choi (2016). Introduction of the internet-only bank and development direction proposal. *Journal of Digital Convergence, 14(9)*, 139-147.

[13] S. J. Kim et al. (2017). Study on the developmental strategy of the korean internet primary bank. *Journal of the Convergence on Culture Technology, 3(2)*, 37-42.

[14] D. H. Cho. (2016). *Internet specialty bank introduction and improvement tasks.* NARS Issue Report.

[15] Kakao Bank (2019). *Current status of Kakao Bank 2019.* Kakao Bank. https://www.kakaobank.com/Corp/IR/Announcement/Business/pages/1

[16] K Bank (2019). *Current status of K Bank 2019.* K Bank. https://www.kbanknow.com/ib20/mnu/HOMBKI020101Current status of K Bank Korea

[17] H. E. Yoon(2019. 5. 28.). *Internet primary banks blast in one year...Less than 1% of the banking industry.* Korea Economic Daily. https://news.naver.com/main/read.nhn?oid=015&aid=0003949341.

[18] M. J. Noh. (2011). An effects of perceived risk and value on the trust and use intention of smart phone banking: Mediating effect of the trust. *Korean Journal of Business Administration, 24(5)*, 2599-2615.

[19] H. Lu, C. Hsu & H. Hsu. (2005). An empirical study of the effects of perceived risk upon intention to use online applications. *Information Management and Computer Security, 13(2)*, 106-120.

[20] R. M. W. Yeung & J. Morris. (2006). An empirical study of the impact of consumer perceived risk on purchase likelihood: modeling approach. *International Journal of Consumer Studies, 30(3)*, 294-305.

[21] S. H. Sim & H. K. Kim. (2011). Effects of e-coupon attributes, perceived risk in internet shopping malls on intention to continuously use online coupons through the user satisfaction: Moderating effects of coupon type and gender. *Management & Information Systems Review, 30(2)*, 1-25.

[22] Y. W. Lee. (2009). A study on the online consumer's perceived risks according to the product characteristics. *Journal of Communication Science, 9(4)*, 576-602.

[23] J. Jacoby & L. B. Kaplan. (1972). The components of perceived risk. *Proceedings of the Annual Conference of the Association for Consumer Research, 10*, 382-393.

[24] S. Y. Jun, J. H. Huh & S. J. Kang. (2003). The effects of risk perception on the relative role of brand and price in internet shopping mall. *Journal of Consumer Studies, 14(2)*, 19-43.

[25] A. S. Cases. (2002). Perceived risk and risk reduction strategies in internet shopping. T*he International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 12(4)*, 375-394.

[26] S. L. Jarvenpaa & P. A. Todd. (1997). Consumer reaction to electronic shopping on the world wide web. *Journal of Electronic Commerce, 1(2)*, 59-88.

[27] J. Y. Yang, J. H. Ahn & C. W. Park. (2006). The effect of perceived risk on the intention to adopt mobile banking services. *Journal of Technology Innovation, 14(3)*, 183-208.

[28] D. H. Ren. (2015). *A study on the influence of continuous smartphone banking-using intention by characteristics of smartphone banking.* Master dissertation. Yonsei University, Seoul.

[29] T. H. Hsu & L. Lin. (2006). Using fuzzy set theoretic techniques to analyze travel risk. *Tourism Management, 27(5),* 968-981.

[30] L. Slevitch & S. Amit. (2008). Management of perceived risk in the context of destination choice. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 9(1)*, 85-103.

[31] P. Luarn & H. H. Lin. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior, 21(6)*, 873-891.

[32] D. L.Hoffman, T. P. Novak & M. Peralta. (1999). Building consumer trust in online environments: The case for information privacy. *Communcations of The ACM, 42(4)*, 80-85.

[33] H. S. Lee & Y. I. Chae. (2003). Factors influencing the customer satisfaction and re-purchasing intention of mobile shopping mall. *Korea Society of IT Services, 12(2)*, 215-229.

[34] J. A. Manzano, C. L. Navarré, C. R. Mafé & S. S. Blas. (2009). The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage. *International Journal of Bank Marketing, 27 (1)*, 53-75.

[35] S. Liao, Y. P. Wang, H. Wang & A. Chen. (1999). The adoption of virtual banking : An empirical study. *International Journal of Information Management, 19(1)*, 63-74.

[36] C. Jayawardhena & P. Foley. (2000). Changes in the banking sector the case of internet banking in the UK. Internet Research: Electronic Networking. *Applications and Policy, 10(1)*, 19-31.

[37] R. Agarwal & J. Prasad. (2007). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies. *Decision Sciences, 30(2)*, 361-391.

[38] H. R. Choi, K. B. Lee & J. S. Shin. (2006). An empirical study On factors influencing the use intention of mobile banking service. *The Journal of Society for e-Business Studies, 11(3)*, 13-34.

[39] J. C. Koo, Y. H. Suh, S. C. Lee & N. H. Kim. (2006). Factors affecting user acceptance in mobile banking: An empirical study using extended TAM and trust. *Asia Pacific Journal of Information Systems, 16(2)*, 159-181.

[40] F. D. Davis. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13(3)*, 319-339.

[41] M. Igbaria, J. Iivari & H. Maragahh. (1995). Why do individuals use computer technology? A Finnish case study. *Information and Management, 29(5)*, 227- 23

[42] D. A. Adams, R. R. Nelson & P. A. Todd. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology : A replication. *MIS Quarterly, 16(2)*, 227-247.

[43] M. Igbaria, P. C. N. Zinatelli & A. L. M. Cavaye. (1997). Personal computing acceptance factors in small firm s : A structural equation mode. *MIS Quarterly, 21(3)*, 279-305.

[44] H. Sun & P. Zhang. (2006). Causal relationships between perceived enjoyment and perceived ease of use : An alternative approach. *Journal of the Association for Information Systems, 7(9)*, 618-645.

[45] Y. H. Jung, G. Kim & C. C. Lee. (2015). Factors influencing user satisfaction and Continuous Usage Intention on Mobile Credit Card: Based on Innovation Diffusion Theory and Post Acceptance Model, *The Journal of Society for e-Business Studies, 20(3)*, 11-28.

[46] V. Venkatesh & F. D. David. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46(2)*, 186-204.

[47] R. N. Bolton & K. N. Lemon. (1999). A dynamic model of customers' usage of services : Usage as an antecedent and consequence of satisfaction. *Journal of Marketing Research, 36(2)*, 171-186.

[48] H. Y. Shin & K. S. Kim. (2010). A study of factors affecting the continued usage intention of internet portal sites. *The Journal of Information Systems, 19(3)*, 35-58.

[49] D. K. Tse & P. C. Wilton. (1988). Models of consumer satisfaction formation : An extension. *Journal of Marketing Research, 25(2)*, 204-212.

[50] J. S. Kim. (2018). *The impact of consumption value and social capital of SNS on consumers' satisfaction and continuous use intention.* Master dissertation. Konkuk University, Seoul.

[51] H. Gewald & J. Dibbern. (2009). Risks and benefits of business process outsourcing: A study of transaction services in the German banking industry. *Information & Management, 46(4)*, 249-257.

[52] Y.S. Seo. (2013). *Study on consumer satisfaction and willingness to recommend at different technology adoption stages of smartphone.* Doctoral dissertation. Konkuk University, Seoul.

[53] B. S. Hong & Y. K. Na. (2008). The effect of the perceived hedonic value, usefulness and ease of use on attitude toward using in internet shopping mall and purchase intention of the fashion merchandise. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 32(1)*, 147-156.

[54] Y. H. Moon. (2017). Factors affecting intention to use internet primary bank : An exploratory difference of demographic characteristics. *Journal of Business Education, 31(6),* 95-108.

[55] J. M. Lee & H.J. Kim. (2020). Determinants of adoption and continuance intentions toward Internet-only banks. *International Journal of Bank Marketing, 38(4)*, 843-865.

[56] K. L. Tang, C. K. Ooi& J. B. Chong. (2020). Perceived risk factors affect intention to use FinTech. J*ournal of Accounting and Finance in Emerging Economies, 6(2)*, 453-463.

[57] Z. S. Asnakew. (2020). Customers' continuance intention to use mobile banking: Development and testing of an integrated model. *Rev Socionetwork Strat 14*, 123-146

[58] L. S. Aiken & S. G. West. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions.* Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

[59] K. K Lee(2019. 8. 1.). *Kakao Bank Medium Credit Loan Up to 50 million won.* naeil ilbo. http://www.naeil.com/news_view/?id_art=321371.

정 주 원(Joowon Jung) [정회원]

· 2001년 2월 : 동국대학교 가정학과(이학박사)
· 2017년 2월 ~ 현재 : 동국대학교 가정교육과 조교수
· 관심분야 : 소비행동, 소비문화
· E-Mail : jjwjung@gongguk.edu

조 소 연(So Yeon Cho) [정회원]

· 2013년 2월 : 동국대학교 가정학과(이학박사)
· 2013년 3월 ~ 현재 : 동국대학교 강사
· 관심분야 : 소비행동, 소비문화
· E-Mail : sycho7808@gmail.com