

외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향

김영심¹, 모정희^{2*}

¹조선대학교 SW중심대학사업단 조교수, ²송원대학교 뷰티예술학과 교수

The Effect of Social-cultural Attitude toward Appearance and Appearance Complex on Semi-permanent Treatment Satisfaction

Young-Shim Kim¹, Jeong-Hee Mo^{2*}

¹Professor, National Program of Excellence in Software Center, Chosun University

²Professor, Dept. of Beauty Art, Physical education and Art College, Songwon University

요약 본 연구는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향의 조절효과를 검증하였다. 이를 위해 반영구화장을 시술받은 210명을 대상으로 설문조사를 실시하여 결과를 얻었다. 이를 SPSS 프로그램을 통해 결과를 분석하였으며 결과는 다음과 같다. 첫째, 외모에 대한 사회문화적태도 중 신체적 외모의 사회적 중요성을 인지하는 인식은 시술 만족도에 유의한 영향을 나타냈다. 둘째, 자기의식적 외모콤플렉스는 시술 만족도에 유의적 영향을 나타냈다. 셋째, 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화가 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향이 조절효과가 있음이 나타났으나 신체적 외모의 사회적 중요성을 인지하는 인식은 준거집단 영향의 조절효과가 나타나지 않아 차이를 보였다. 넷째, 외모콤플렉스인 타인에 의한 외모콤플렉스와 자기의식적 외모콤플렉스 모두 세미퍼머넌트 시술만족도에 미치는 영향에서 준거집단 영향의 조절효과가 나타났다. 마지막으로 세미퍼머넌트 시술만족도가 높을수록 향후 추가적인 시술 의사가 높아지는 것으로 나타났다.

키워드 : 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모콤플렉스, 반영구화장, 준거집단의 영향, 향후 추가시술의사

Abstract This study verified the moderating effect of the influence of the reference group on the effect of socio-cultural attitude toward appearance and appearance complex on semi-permanent makeup satisfaction. To this end, a survey was conducted on 210 people who had undergone semi-permanent makeup and the results were obtained. The results were analyzed through the SPSS program, and the results are as follows. The recognition of the social importance of appearance among social-cultural attitudes toward appearance had a significant effect on satisfaction with the procedure. The self-conscious appearance complex had a significant effect on the satisfaction with the procedure. It was found that the influence of the reference group had a moderating effect on the effect of internalization, which is a social-cultural attitude toward appearance, on the satisfaction with the procedure. showed Both the appearance complex caused by others, the appearance complex, and the self-conscious appearance complex showed a moderating effect of the reference group effect in the effect on the satisfaction of semi-permanent procedures. Lastly, it was found that the higher the satisfaction with the semi-permanent procedure, the higher the number of additional treatment in the future.

Key Words : Social-cultural attitude toward appearance, Appearance complex, Semi-permanent make-up satisfaction, Influence of reference group, Future semi-permanent treatment intention

1. 서론

최근들어 외모가 곧 경쟁력인 사회가 되면서 사람들은

스스로 외모를 평가하고 관리하는 경향이 두드러지게 나타나고 있다[1]. 이러한 외모 중시 현상은 SNS 서비스 확대와 함께 외모의 기준이 연예인, 모델 등과 같은 특정 대

This study was supported by research fund from Chosun University(2021).

*Corresponding Author : Jeongl-Hee Mo(jaycer@hanmail.net)

Received September 30, 2022

Accepted November 20, 2022

Revised October 12, 2022

Published November 28, 2022

상에서 일반인까지 확대되고 있다[2]. 이러한 외모를 중시하는 사회문화적 태도는 1995년 헤인버그와 톰슨(Heinberg와 Thompson)에 의해 척도가 개발되어 타당도가 입증된 개념으로 외모에 대한 기준, 고정관념과 사회문화적 가치 기준을 의미한다[3]. 외모에 대한 사회문화적 태도는 크게 외모의 사회적 중요성을 인지하는 인식과 이상적 외모 기준을 자신이 수용하여 평가 기준으로 사용하는 내면화 요인으로 구성된다[4]. 즉 외부의 다양한 매체가 제시한 외모를 아름다운 외모로 인식하고 이후 그 기준을 자신의 기준으로 수용하여 내면화하는 정도를 포착하는 개념이라 할 수 있다.

이처럼 외모의 중요성이 강조되면서 자신과 타인을 비교하게 되면서 외모에 불만족하거나 열등감을 갖는 외모 콤플렉스 현상이 나타났다[5]. 특히 외모 콤플렉스로 인해 정신적 스트레스 뿐만 아니라 대인관계, 사회생활에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타난 바 있다[6-7].

이에 외모 콤플렉스를 극복하기 위해 개인들은 이상적 외모 기준에 맞추고 더 아름답게 보이기 위해 헤어스타일링, 피부 및 몸매관리, 성형수술, 최신 뷰티 관리 및 의료적 시술 등에 이르기까지 다양한 방법을 시도하고 있으며 반영구화장도 그중 하나라 할 수 있다.

반영구화장은 1970년대에 처음 등장한 이래 꾸준히 수요가 증가하고 있다. 반영구화장은 피부 표피층에 안료를 주입하여 일정 기간 모양과 색상을 유지 시키는 화장술로 이미지를 보완하는 미용학적 시술법이다[8]. 반영구화장은 주로 눈썹, 입술, 아이라인, 헤어라인 등에 시술되고 있으며 기존의 문신과 달리 일정한 기간이 지나면 지워지고 색이나 표현기법이 다양하여 현재 외모관리 수단의 하나로 자리 잡고 있다. 이는 기존의 화장술과 달리 화장을 하지 않아도 뚜렷한 윤곽을 연출할 수 있어 바쁜 현대인들에게는 쉽고 빠르게 자신의 외모 콤플렉스를 보완할 수 있어 남녀노소 전 연령층으로 확산되고 있다[9]. 그러나 반영구화장의 경우 다른 미용 시술과 달리 피부 표피에 색을 침투시키는 시술이 진행되기 때문에 인지 정도, 경험 유무, 위험지각의 정도 및 내가 속해 있는 모임이나 활동의 영향력에 의해 시술에 대한 태도에 차이가 있을 수 있다[10]. 즉 개인의 행동과 가치관에 직접적, 간접적 영향을 미치는 준거집단 즉 자신이 소속되고자 하는 집단의 신념이나 가치, 태도나 행동을 지닌 집단의 영향에 의해 반영구화장 시술에 대한 관리 행동이나 만족에 영향을 미친다고 할 수 있다[11-12].

그러나 반영구화장에 관한 대부분의 선행연구에서는

인식에 관한 연구, 심리적 만족감 및 시술 만족도, 법제화 관련 연구 등이 주로 이루어졌을 뿐 외모에 대한 사회문화적 태도나 외모 콤플렉스와 관련된 연구나 준거집단의 영향력에 대한 연구는 미흡한 실정이다[13-15].

이에 본 연구는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향에 있어 준거집단 영향의 조절효과를 검증하고 후속하여 시술 만족도가 추가 시술 의사에 미치는 영향을 밝혀 반영구화장 시술하고 있는 미용업소의 마케팅전략을 세우는 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법

2.1 자료수집 및 분석

본 연구는 과거 5년 이내에 반영구화장 경험이 있는 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사를 위해 사전 미용업소의 협조를 통해 조사를 진행하였다. 연구 표본의 크기를 결정하기 위해 G Power 3.1 프로그램을 이용하였으며 유의수준 .05, 검정력 .95, 효과크기 .15를 기준으로 회귀분석에 필요한 표본 수는 129명이었으며 탈락률 10%를 고려하여 연구대상자는 142명이었다. 그러나 본 연구결과와 통계적 유의성을 통한 신뢰수준을 높이기 위해 실제 조사는 총 220부를 배포하여 213부를 회수하였으며, 이 중 불성실한 응답으로 인하여 분석 대상으로 적합하지 않는 설문지 3부를 제외한 총 210부를 최종 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 실증분석을 위해 Win.SPSS 21.0 프로그램을 사용하였다.

2.2 연구모형과 연구가설

본 연구모형은 Fig. 1과 같다.

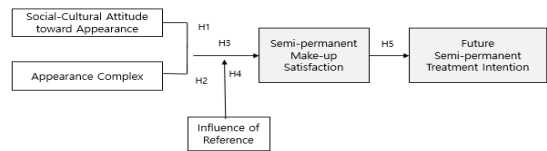


Fig. 1. Research model

가설 H1: 외모에 대한 사회문화적 태도는 반영구화장 시술 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 H2: 외모콤플렉스는 반영구화장 시술 만족도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 H3: 외모에 대한 사회문화적 태도가 반영구화장

기술 만족도에 미치는 영향은 준거집단의 영향에 의해 다르게 나타날 것이다.

가설 H4: 외모콤플렉스가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향은 준거집단의 영향에 의해 다르게 나타날 것이다.

가설 H5: 반영구화장 기술 만족도는 향후 추가 기술의 사에 긍정적 영향을 미칠 것이다

2.3 변수의 조작적 정의 및 측정

Table 1은 변수의 조작적 정의와 선행연구이다. 선행 연구에서 타당도와 신뢰도가 검증된 척도를 본 연구에 적합하게 수정하여 사용하였다. 외모에 대한 사회문화적 태도는 내면화 차원 6개 항목과 인식 차원 3개 항목, 외모 콤플렉스는 타인에 의한 콤플렉스차원 6개 항목, 자기 의식적 콤플렉스 4개 항목으로 측정하였다. 조절변수인 준거집단의 영향은 4개 항목, 반영구화장 기술 만족도는 5개 항목, 향후 추가 기술의사는 4개 항목으로 측정하였다.

Table 1. Operational definition of variables and sources

Variables		Operational definition	Sources
SC	I	To approve ideal social standards delivered through mass media as self-value	Heinberg et al. (1995), Kim, Kang & Han (2018)
	A	To acknowledge social importance of appearance	
A	CO	As people are unsatisfied with their appearance due to comparison with others' ideal appearances, they may distort their physical images and have sense of inferiority in their appearance.	Shin & Chun(2008)
	SO	Negative and distorted physical images people perceive	
IRG		The degree influenced by faith, attitude, value and behaviors to imitate those who belong to the groups people want to belong to.	Kotler (1980)
STS		Overall satisfaction in semi-permanent make-up	Shin(2009)
FTI		Individual's behavioral intention to have additional make-up in the future	

Social-cultural attitude towards appearance : SC, Appearance complex, AC, Internalization: I, Awareness: A, Complex by others : CO, Self-conscious appearance complex : SO, Influence reference group : IRG, Semi-permanent makeup treatment satisfaction : STS, Future Semi-permanent treatment intention : FTI

3. 연구결과 및 고찰

3.1 조사 대상자의 일반적 특성

Table 2는 조사 대상자의 일반적 특성과 반영구화장에 대한 특성이다.

Table 2. General characteristics (N=210)

Code		N=210	%
Gender	Male	107	51.0
	Female	103	49.0
Age	20s	89	42.4
	30s	35	16.7
	40s	46	21.9
	50s	30	14.3
	60s	10	4.8
Time of receiving Semi-permanent makeup treatment	<1 Year	99	47.1
	≥ 1 Year - < 2 Years	57	27.1
	≥ 2 Years - < 3 Years	30	14.3
	≥ 3 Years - < 4 Years	6	2.9
Treatment object	≥ 3 Years	18	8.6
	want to be beautiful	94	44.8
	bothering to have make-up	35	16.7
	can not be easily removed by sweat or water	26	12.4
	to decrease time of make-up	35	16.7
not to be familiar with how to make-up	15	7.1	

3.2 변수의 신뢰도 및 타당도 검증과 탐색적 요인 분석

구성개념들의 단일 차원성과 전체적인 개념 타당도를 검증하기 전에 각 구성개념들에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 각 변수의 측정항목에 대한 내적 일관성을 조사하기 위한 Cronbach's α 계수 신뢰도 검증을 실시하였다.

탐색적요인분석 결과 Table 3과 Table 4와 같이 도출되었으며, 신뢰도 검증에서는 Cronbach's α 가 내면화 차원은 .803, 인식 차원은 .911로 나타났으며, 외모 콤플렉스의 타인에 의한 콤플렉스차원은 .907, 자기 의식적 콤플렉스 차원은 .713, 준거집단의 영향이 .874, 반영구화장 기술 만족도는 .945, 향후 추가 기술의사는 .896로 나타나 모든 변수가 0.6 이상을 나타내 신뢰도를 확보하여 최종분석을 실시하였다[16].

3.3 가설 분석결과

3.3.1 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향

Table 5는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향을

검증한 결과이다. 구체적인 분석 결과, 외모에 대한 사회문화적 태도 중 내면화(β 값=.088, t 값=1.153, p > .05)는 반영구화장 기술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 지지 되지 않았으나 인식(β 값=.287, t 값=3.378, p < .001)은 반영구화장 기술 만족도에 유의적 영향을 나타내 지지 되었다.

이로써 외모에 대한 사회문화적 태도의 인식차원과 자

Table 3. Exploratory factors on social-cultural attitude towards, appearance complex

Item to measure		SC		AC	
		I	A	CO	SO
I	- the degree we want to be looked like a famous TV star.	.868	.218	.185	-.029
	- the degree we want to be looked like women in fashion magazines	.858	.138	.150	.080
	- the degree of comparing my appearance with slim and attractive models in fashion magazines	.825	.210	.250	-.091
	- the degree of comparing my body with those of TV stars	.805	.114	.253	.132
	- the degree of thinking that ideal appearance I am targeting is a TV or movie star	.776	.156	.264	-.026
A	- the degree of thinking that appearance care is important to be successful in society	.244	.897	.017	.034
	- the degree of thinking that physical attractiveness is important in society	.152	.887	.018	.145
	- the degree that to look attractive is always important in society	.227	.883	.012	.096
CO	- the degree of not wanting to go out in front of others because of appearance	.066	.101	.858	-.090
	- the degree of going behind because of appearance	.126	.098	.847	-.059
	- the degree of lacking assurance of my first impression felt by others	.154	.075	.821	-.076
	- the degree of worrying that I am not popular because of appearance	.264	-.070	.816	.042
	- the degree of lacking assurance because of appearance although I want to have friends of opposite sex	.306	-.088	.728	-.068
	- the degree of being envious of pretty or handsome friends	.295	-.037	.704	-.025
SC	- the degree of being satisfied with my natural looks	.077	-.008	-.215	.843
	- the degree of being satisfied with my appearance	-.096	.184	.188	.766
	- the degree of thinking that my present appearance is not very important	.059	.076	-.154	.759
Eigenvalue		3.867	2.599	4.179	1.963
explained variance(%)		22.748	15.287	24.580	11.546
cumulative variance(%)		22.748	38.035	62.615	74.161
Cronbach's Alpha		.803	.911	.907	.713

Social-cultural attitude towards appearance : SC, Appearance complex, AC, Internalization: I, Awareness: A, Complex by others : CO, Self-conscious appearance complex : SO

Table 4. Exploratory factors on influence reference group, semi-permanent makeup treatment satisfaction, semi-permanent treatment intention

Item to measure		IRG	STS	FTI
-	- the degree of following friends' semi-permanent make-up	.897	.044	-.019
	- the degree of asking advices from friends on semi-permanent make-up	.897	.047	-.029
	- the degree of how much I follow close friends in semi-permanent make-up	.807	.029	.020
	- the degree of being aware of others' response to semi-permanent make-up	.793	.139	.080
-	- the degree of being satisfied with semi-permanent make-up design	.073	.903	.245
	- the degree of being satisfied with natural techniques	.065	.894	.257
	- the degree of being satisfied with make-up tools and clean environment	.068	.892	.241
	- the degree of being satisfied with make-up artists' looks and hygienic condition	.105	.871	.164
	- the degree of being satisfied with comfortableness in make-up environment	.049	.807	.242
	- the degree of intention to have further semi-permanent make-up	.027	.195	.884
-	- the degree of intention to recommend semi-permanent make-up to close friends or colleagues	-.029	.361	.852
	- the degree of intention to have re-makeup in case that make-up is blurred as time lapses	.042	.335	.845
Eigenvalue		2.919	4.125	2.499
explained variance(%)		24.323	34.373	20.822
cumulative variance(%)		24.323	58.696	79.518
Cronbach's Alpha		.874	.945	.896

Influence reference group : IRG, Semi-permanent makeup treatment satisfaction: STS, Future Semi-permanent treatment intention : FTI

기 의식적 외모 콤플렉스를 높게 지각할수록 반영구화장 기술만족도가 높아짐을 알 수 있다.

외모콤플렉스 중 타인에 의한 콤플렉스(β 값=-.044, t 값=-.624, $p>.05$)는 반영구화장 기술만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 지지되지 않았으나 자기 의식적 콤플렉스(β 값=.348, t 값=5.530, $p<.001$)는 반영구화장 기술 만족도에 유의적영향을 나타나 지지되었다. 이로써 외모에 대한 사회문화적 태도의 인식차원과 자기 의식적 외모 콤플렉스를 높게 지각할수록 반영구화장 기술만족도가 높아짐을 알 수 있다.

Table 5. The effect social-cultural toward appearance and appearance complex on semi-permanent treatment satisfaction

subordinate variable independent variable	Semi-permanent makeup treatment satisfaction			VIF	
	non-standardization B value	standardised β value	t value		
SC	I	.067	.088	1.153	1.545
	A	.246	.287	3.378***	1.124
AC	CO	-.041	-.044	-.624	1.337
	SC	.362	.348	5.530***	1.065
R ²		.273		-	
Adj.R ²		.258		-	

*** : $p<.001$

Social-cultural attitude towards appearance : SC, Appearance complex, AC, Internalization: I, Awareness: A, Complex by others : CO, Self-conscious appearance complex : SC

3.3.2 준거집단 영향의 조절효과 분석

① 외모에 대한 사회문화적 태도 및 반영구화장 기술 만족도 간 영향관계에서의 준거집단 조절효과

Table 6은 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스와 반영구화장 기술만족도 간 영향관계에서 준거집단 영향의 조절효과를 검증한 결과이다.

Table 6. Reference group moderating effect on the relationship between socio-cultural attitude toward appearance and satisfaction with semi-permanent makeup procedures

구분		B	SE	t	LLCI	ULCI
SC	I	-.323	.156	-2.068*	-.632	-.015
	IRG	-.408	.161	-2.527*	-.726	-.090
	Interactin term	.156	.050	3.134**	.058	.254
	A	.132	.168	.781	-.201	.464
	IRG	-.192	.230	-.836	-.646	.264
	Interactin term	.069	.059	1.175	-.047	.184
AC	CO	-.561	.189	-2.970**	-.933	-.188
	IRG	-.205	.167	-1.231	-.534	.123
	Interactin term	.152	.060	2.515**	.033	.270
	SC	.786	.179	4.387***	.433	1.140
	IRG	.559	.213	2.617**	.138	.980
	Interactin term	-.141	.054	-2.186*	-.268	-.014

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

Social-cultural attitude towards appearance : SC, Appearance complex, AC, Internalization: I, Awareness: A, Complex by others : CO, Self-conscious appearance complex : SC, Influence reference group : IRG

조절효과 분석은 Hayes(2018)의 SPSS Process Macro 1번 모델을 적용하여 분석하였다[17]. 먼저 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화와 인식이 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향의 조절효과 분석결과, 내면화차원과 준거집단의 영향의 상호작용항(β 값=.156, t 값=3.134, p <.01)이 통계적으로 유의한 것으로 나타나 준거집단의 조절효과가 나타나 지지되는 것으로 나타났으나 인식은 기술만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 조절효과(β 값=.069, t 값=1.175, p >.05)가 나타나 지지되지 않는 것으로 나타났다.

이에 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향이 유의하게 나타나 준거집단의 영향의 조건부 효과 탐색을 위해 특정값 선택방법을 사용하여 조절효과를 검증하였다. 준거집단의 영향 수준에 따라 내면화가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 준거집단의 영향이 -1SD 수준의 경우(β 값=-.006, t 값=-.083, p >.05)에는 내면화가 반영구화장 기술만족도에 유의한 영향을 미

치지 않은 것으로 나타났다. 준거집단의 영향 수준이 평균일 경우(β 값=.124, t 값=1.863, p >.05)에는 내면화가 반영구화장 기술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 준거집단의 영향 수준이 +1SD 수준의 경우(β 값=.255, t 값=3.211, p <.01)에는 내면화가 반영구화장 기술 만족도에 정적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

② 준거집단 영향 수준에 따른 내면화 및 타인에 의한 외모 콤플렉스, 자기의식적 외모 콤플렉스와 반영구화장 기술 만족도 간 영향관계의 조절효과

타인에 의한 외모 콤플렉스(β 값=.152, t 값=2.515, p <.05)와 자기 의식적 외모 콤플렉스(β 값=-.141, t 값=-2.186, p <.05)가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향의 조절효과는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 외모 콤플렉스가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향이 유의하게 나타나 준거집단의 영향의 조건부 효과 탐색을 위해 특정값 선택 방법을 사용하여 조절효과를 검증하였다. 먼저 준거집단의 영향 수준에 따라 타인에 의한 콤플렉스가 반영구화장 기술 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 준거집단의 영향이 -1SD 수준의 경우(β 값=-.253, t 값=-2.810, p <.01) 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 준거집단의 영향 수준이 평균일 경우(β 값=-.126, t 값=-1.700, p >.05)는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 준거집단의 영향 수준이 +1SD 수준의 경우(β

Table 7. Moderating effect of influence relationship between internalization and appearance complex by others, self-conscious appearance complex, and satisfaction with semi-permanent makeup according to the level of influence of the reference group

Code	IRG	B	SE	t	LLCI	ULCI	
SC	I	-1SD	-.006	.078	-.083	-.160	.147
	M	.124	.067	1.863	-.007	.256	
	+1SD	.255	.079	3.211**	.098	.412	
AC	CO	-1SD	-.253	.090	-2.810**	-.430	-.075
		M	-.126	.074	-1.700	-.271	.020
		+1SD	.002	.089	.018	-.174	.177
	SC	-1SD	.500	.075	6.649***	.352	.649
		M	.382	.069	5.563***	.247	.518
		+1SD	.264	.098	2.695**	.071	.458

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

Social-cultural attitude towards appearance : SC, Appearance complex, AC, Internalization: I, Complex by others : CO, Self-conscious appearance complex : SC, Influence reference group : IRG

값=.002, $t_{값}=.018$, $p>.05$) 또한 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 자기의식적 콤플렉스가 반영구 화장 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향 수준에 따른 분석을 실시한 결과, 준거집단의 영향이 -1SD 수준의 경우($\beta_{값}=.500$, $t_{값}=6.649$, $p<.001$) 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 준거집단의 영향 수준이 평균일 경우($\beta_{값}=.382$, $t_{값}=5.563$, $p<.001$)는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 준거집단의 영향 수준이 +1SD 수준의 경우($\beta_{값}=.264$, $t_{값}=2.695$, $p<.01$) 또한 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3.4 반영구화장 시술 만족도가 향후 추가 시술 의사에 미치는 영향

반영구화장 시술 만족도가 향후 추가 시술의사에 미치는 영향을 검증한 결과($\beta_{값}=.554$, $t_{값}=9.354$, $p<.001$) 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박건희(2016) 연구에서도 만족도가 높을수록 재시술 및 추천 의도가 높아지는 것을 확인할 수 있어 본 연구결과와 일치함을 확인하였다[18].

Table 8. The effect Semi-permanent treatment satisfaction future semi-permanent treatment intention

subordinate variable independent variable	Future Semi-permanent treatment intention		
	non-standardization B value	standardised β value	t value
Semi-permanent makeup treatment satisfaction	.582	.554	9.354***
R ²		.306	
Adj.R ²		.303	

*** $p<.001$

4. 논의

본 연구는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장의 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향의 조절효과를 검증하고자 하였으며, 반영구화장 시술 만족도가 향후 반영구화장 추가 시술 의사에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다.

이를 위해 5년 이내에 반영구화장 경험이 있는 대상으로 설문조사를 실시하였으며 이를 통해 연구결과를 얻었다.

먼저 외모에 대한 사회문화적 태도 중 내면화는 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않으나 인식요인은 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 나타

냈다. Lee et al(2015)의 선행연구에서도 인식요인 높을수록 피부미용 만족도가 높아 연구결과와 일치하였으나 반면 헤어관리는 인식보다는 내면화가 높을수록 시술의 만족도가 높아지는 것으로 나타난 연구 결과와 차이가 있었다(19). 이는 이상적 외모를 인식할수록 빈도가 높다고 보고한 선행연구에서 유추해볼 수 있는데[20], 신체적 외모의 사회적 중요성을 인지하는 태도 형성과정에서 외모의 중요성을 인식하고 다양한 매체를 통해 전달되는 외모의 기준을 인식하는 것은 반영구화장에 대한 시술의 긍정적 측면인 만족도를 더욱 높게 지각하고 있는 것으로 생각된다.

외모 콤플렉스 중 타인에 의한 외모 콤플렉스는 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나 자기 의식적 외모 콤플렉스는 반영구화장 시술 만족도에 유의한 차이를 보였다. 이로써 외모에 대한 자신에 대한 자기 의식적 외모 콤플렉스를 높게 지각할수록 반영구화장 시술에 대한 만족도가 높음을 알 수 있다. Park(2013)는 외모에 불만족으로 스트레스를 받을수록 메이크업, 미용 성형수술, 미용 성형수술로 해소되는 것으로 나타났으며, 자신의 얼굴의 불만족한 부분을 메이크업으로 보완하고자 테크닉 교육에 참여에도 적극적으로 나타났[21]. 이는 외모 불만족은 자기 의식적 외모콤플렉스로 이어져 이를 보완하고자 하는 관리행동 중 하나인 반영구화장 만족에 영향을 미쳤을 것으로보여진다.

또한 준거집단의 조절효과를 검증한 결과에 따르면 반영구화장 시술 만족도는 준거집단 영향에 있어 조절되는 것으로 나타났으며, 외모 콤플렉스인 타인에 의한 외모 콤플렉스와 자기 의식적 외모 콤플렉스 모두 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단 영향의 조절효과가 있음을 확인하였다. 이는 사회적으로 형성된 외모에 대한 기준을 스스로의 기준으로 받아들여 자신이 속한 동료 및 친한 주변 친구들의 의견에 따른 외모관리 행동 또는 미용시술을 강화하고 있음을 말해준다. 또한 반영구화장 시술 만족도가 높을수록 향후 추가적인 시술 의사가 높아지는 것으로 나타났다. 이를 통해 외모관리 수단인 반영구화장은 외모에 대한 사회문화적 태도를 인식할수록 자기 의식적 외모 콤플렉스를 갖을수록 만족도가 높아지는 관리법이며 특히 준거집단이 영향력이 있음이 확인된바 마케팅에 의해 조절되는 것으로 확인된 바 추가시술로 이어질 수 있도록 하기 위한 다양한 전략 모색이 필요해 보인다.

5. 결론

본 연구는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장의 시술 만족도에 미치는 영향과 준거 집단의 영향의 조절효과, 시술 만족도가 향후 반영구화장 추가 시술 의사에 영향을 미칠 것이라는 인과관계를 밝히 고자 하였다. 본 연구 결과의 요약 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 외모에 대한 사회문화적 태도 중 내면화는 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나 신체적 외모의 사회적 중요성을 인지하는 인식은 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 나타냈다.

둘째, 외모 콤플렉스 중 타인에 의한 외모 콤플렉스는 반영구화장 시술 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나 자기 의식적 외모 콤플렉스는 반영구화장 시술 만족도에 유의적 영향을 나타내 차이를 보였다.

셋째, 외모에 대한 사회문화적 태도인 내면화가 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향이 조절효과가 있음이 나타났으나 신체적 외모의 사회적 중요성을 인지하는 인식은 준거집단 영향의 조절효과가 나타나지 않아 차이를 보였다.

넷째, 외모 콤플렉스인 타인에 의한 외모 콤플렉스와 자기 의식적 외모 콤플렉스 모두 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단 영향의 조절효과가 나타났다.

마지막으로 반영구화장 메이크업 시술 만족도가 높을 수록 향후 추가적인 시술 의사가 높아지는 것으로 나타나 반영구화장을 시술하는 미용업소측면에서는 고객의 반영구화장에 대한 추가 시술을 이끌기 위해서는 현재의 만족도를 높일수 있는 방안을 모색하는 것이 효과적임을 시사하고 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지며 다음과 같은 향후 연구 방향이 도출된다. 본 연구는 외모에 대한 사회문화적 태도 및 외모 콤플렉스가 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향에서 준거집단의 영향을 조절변수를 도입하여 연구를 수행하였다. 그러나 준거집단의 영향 외에도 시술 경험 및 심리적 추구혜택 등 다양한 조절변수를 도입하여 반영구화장 메이크업 시술 행동을 통한 외모관리 행동을 밝히는 후속 연구가 이루어진다면 관련 분야에 대한 학문적 기여가 예상된다. 또한 본 연구는 개인적 측면에서 외모 콤플렉스 변수만을 도입하여 반영구화장 시술 만족도에 미치는 영향을 밝혔으나 심리적 추구혜택 및 체

면 민감성 등의 선행변수를 도입하여 폭넓은 연구가 수행된다면 사회적 측면과 개인적 측면의 비교연구가 수행된다면 의미 있는 연구결과가 도출될 수 있을 것으로 판단된다. 마지막으로 본 연구는 미용업소에서 반영구화장 시술 경험이 있는 고객을 대상으로 연구를 수행하였으나 향후 연구에서는 미용업소를 대상으로 한 연구를 수행하는 양방향 연구의 수행이 필요하다고 본다. 이는 미용업소의 반영구화장 시술 만족을 이끌기 위한 다양한 전략적 방안을 모색하기 위해서는 양방향 연구결과가 무엇보다도 중요하기 때문이다.

REFERENCES

- [1] A. H. Hwang, J. W. Gang & S. S. Han. (2017). Analysis of University Students' Experience on Cosmetic Surgery and Skin Care. *Journal of*. 2017.
- [2] M. Son & H. K. Kim. (2020). A Multi-disciplinary Study on the Characteristics of Appearance Improvement Behavior and Interpersonal Relationship of Female University Students, *Journal of The Korean Society of Science & Art*, 38(2), 161-174. DOI : 10.17548/ksaf.2020.03.30.161
- [3] L. J. Heinberg, J. D. Thompson, & S. Stomer. (1995). Development and Validation of the Sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17, 81-89.
- [4] H. M. Yoon & Y. H. Lee. (2020). The Relationships Between Internalized Sociocultural Attitudes Toward Appearance, Social Instrumentality of Appearance and Body Dysmorphic Trait: Mediation Effect of Self-objectification and Moderation Effect of Multiphasic Self-concept. *The Journal Of Humanities and Social Sciences*, 21, 11(6), 2449-2464.
- [5] S. Y. Kang. (2003). Appearance Complex and Body-Image, Master Thesis. Catholic University.
- [6] H. O. Shin & H. J. Chun. (2008). The Effect of Body Satisfaction, Appearance Interests, and Appearance Complex on Appearance Management Behavior among the Middle School Students. *Journal of the Consumer policy and education review*. 4(2), 1-17.
- [7] S. J. Lim. (2002) Students' Perception of Appearance and Self-concept. Master Thesis. Ewha University.
- [8] E. K. Seo. (2016). A Correlation between the Specialized knowledge and practice for an Infection Control of the Semi-permanent make-up practitioner. Master Thesis. DaeGu University.
- [9] D. H. Kim.. (2021). A Study on the Effect of

- Preference Techniques and Treatment Capabilities on Satisfaction in Eyebrow Re-treatment. Master of Thesis Dongguk University.
- [10] M. K. Lee. (2015). Effect of Sociocultural Attitude toward Appearance on Body Image and Appearance Management Behavior of New Middle-Aged Women. *Journal of Korea Institute of Cultural Product & Design*, 42, 167-180.
- [11] P. Kotler. (1980). *Marketing Man*. 4th ed., Prentice-Hall, Inc.
- [12] C. Y. Jin. (2015). The influences of reference group and product attributes on product preference of visible products : the moderating role of self-monitoring. Master Thesis. Kookmin University.
- [13] J. A. Lee, Y. M. Lee, S. H. Han, H. J. Shin. S. J. Lee & E. S. Kim. (2020). Research about general perception and necessity of National License System on Semi permanent make-up. *Proceedings of The Korean Society of Semi-permanent Make up Research*, 1(1), 15-28.
- [14] S. N. Hong. (2018). Effects of Preference for Semi-permanent Makeup on Procedure Satisfaction, *Asian journal of beauty and cosmetology*, 16(2), 165-177.
- [15] D. H. Kim, K. H. Kwon. (2021). The Effect of Cognition of Semi-Permanent Makeup Treatment on Psychological Satisfaction and Recommendation Intention. *The Korean Society Of Beauty And Art*, 22(3), 67-84.
- [16] C. Nunnally Jum.. (1978). *Psychometric Theory*. 2nd ed. McGraw-Hil.
- [17] A. F. Hayes. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis. A Regression-based Approach(2nd Ed.)*, New York, The Guilford Press.
- [18] G. H. Park. (2016). A Study of the Effects of Semi-permanent Makeup, Customers' Psychological Satisfaction and Customers' Intention to Get Treatment Again and Recommend it to Others. *The Korean Society of Beauty and Art*, 17(1), 189-205.[9]
- [19] M. J. Lee, S. J. Chung M. S. An. (2015). Effect of Sociocultural Attitudes toward Appearance on Appearance Concerns, Appearance Management Behavior, Appearance Complex, Face Satisfaction, and Body Satisfaction. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(3), 323-336.
- [20] Y. J. Hwang & T. S. Yoo. (2008). The effects of socio-cultural attitudes toward appearance, self-esteem, and the perception of physical attractiveness on behaviors of facial and hair care. *Journal of the Costume Fashion*. 58 85-95.
- [21] H. M. Park. (2013). A Comparative Study on the Effects of Self-Makeup Education : appearance satisfaction and complex, and desire for plastic surgery. Master Thesis. Donduk University.

김 영 심(Young-Shim Kim)

[정회원]



- 1999년 2월 : 조선대학교 경영학과 (경영학석사)
- 2007년 2월 : 조선대학교 경영학과 경영학박사)
- 2009년~2014년 : 조선대학교 BK21 연구교수

• 2015년~2017년 : 조선대학교 SSK 연구교수

• 2018년~현재 : 조선대학교 소프트웨어중심대학 사업단 조교수

• 관심분야 : 기술경영, 산업정책, 소비자행동

• E-Mail : Kys4779@chosun.ac.kr

모 정 희(Jeong-Hee Mo)

[정회원]



- 2003년 2월 : 조선대학교 뷰티 디자인학과(뷰티디자인석사)
- 2011년 7월 : 광주여자대학교 미용학과(미용학박사)
- 2015년 3월~현재 : 송원대학교 뷰티예술학과 교수

• 관심분야 : 뷰티, 피부미용, 뷰티 경영

• E-Mail : jaycer@songwon.ac.kr