



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

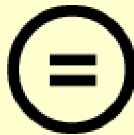
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경영학석사 학위논문

디저트카페 선택속성이 만족에  
미치는 영향



부 경 대 학 교 경 영 대 학 원

관 광 경 영 학 과

김 병 래

경영학석사 학위논문

# 디저트카페 선택속성이 만족에 미치는 영향

지도교수 전 재 군

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함.

2020년 2월

부 경 대 학 교 경 영 대 학 원

관 광 경 영 학 과

김 병 래

김병래의 경영학석사 학위논문을 인준함.

2020년 2월



위원장 관광레저학 박사 양 위 주



위 원 경 영 학 박사 김 광 지



위 원 관광경영학 박사 전 재 균



## 〈 목 차 〉

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| 표목차 .....                     | iv     |
| 그림목차 .....                    | v      |
| ABSTRACT .....                | vi     |
| <br><b>제 1 장 서론</b> .....     | <br>1  |
| 제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....       | 1      |
| 1. 연구의 배경 .....               | 1      |
| 2. 연구의 목적 .....               | 7      |
| 제 2절 연구의 구성 및 방법 .....        | 8      |
| 1. 연구의 구성 .....               | 8      |
| 2. 연구의 방법 .....               | 10     |
| <br><b>제 2 장 이론적 배경</b> ..... | <br>11 |
| 제 1 절 디저트카페 .....             | 11     |
| 1. 디저트카페 .....                | 11     |
| 2. 디저트카페의 성장배경 .....          | 12     |
| 3. 부산낭만카페35선 .....            | 13     |
| 제 2 절 선택속성 .....              | 17     |
| 1. 선택속성 .....                 | 17     |
| 2. 디저트카페 선택속성 선행연구 .....      | 20     |
| 제 3 절 만족 .....                | 22     |

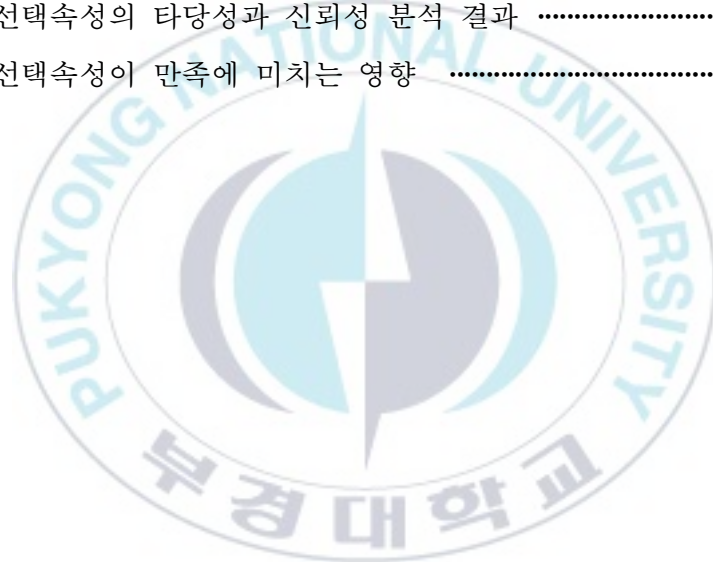
|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>제 3 장 연구방법</b>   | <b>24</b> |
| 제 1 절 연구모형 및 가설설정   | 24        |
| 1. 연구 모형            | 24        |
| 2. 가설 설정            | 25        |
| 제 2 절 설문구성 및 분석방법   | 26        |
| 1. 설문구성             | 26        |
| 2. 분석방법             | 27        |
| 제 3 절 자료의 수집 및 분석방법 | 27        |
| 1. 자료의 수집           | 27        |
| 2. 자료의 분석방법         | 28        |
| <b>제 4 장 실증분석</b>   | <b>29</b> |
| 제 1 절 표본의 특성        | 29        |
| 1. 표본의 인구통계학적 특성    | 29        |
| 2. 표본의 방문형태의 특성     | 31        |
| 제 2 절 타당성과 신뢰성 분석   | 33        |
| 제 3 절 가설 검증 결과      | 35        |
| 1. 선택속성이 만족에 미치는 영향 | 35        |
| <b>제 5 장 결론</b>     | <b>36</b> |
| 제 1 절 연구결과의 요약      | 36        |
| 제 2 절 연구결과 및 시사점    | 37        |
| 1. 결론               | 37        |

|              |    |
|--------------|----|
| 2. 시사점 ..... | 38 |
| 참고문헌 .....   | 40 |
| 설문지 .....    | 45 |



## 〈 표 목 차 〉

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 〈표 1-3〉 부산낭만카페 35선 .....           | 14 |
| 〈표 2-1〉 선택속성 선행연구 .....            | 19 |
| 〈표 2-2〉 카페 선행연구 .....              | 21 |
| 〈표 4-1〉 표본의 인구통계학적 특성 .....        | 30 |
| 〈표 4-2〉 표본의 방문형태의 특성 .....         | 31 |
| 〈표 4-3〉 선택속성의 타당성과 신뢰성 분석 결과 ..... | 34 |
| 〈표 4-4〉 선택속성이 만족에 미치는 영향 .....     | 35 |





## <그림 목 차>

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| <그림 1-1> 세계 주요국 커피 원두 소비량 ..... | 2  |
| <그림 1-2> 국내 1인당 커피 소비량 .....    | 3  |
| <그림 2-1> 연구의 흐름도 .....          | 9  |
| <그림 3-1> 연구모형 .....             | 24 |



# **The Effect of Selection Attributes on Customer Satisfaction in Dessert Cafes.**

*Byoung Lae Kim*

*Department of Business Administration,  
Graduate School of Pukyong National University,  
Supervised by Professor Jae-Kyoon Jun*

## **Abstract**

Coffee, the representative food of modern man, is an essential food to start the day and is settled in daily life. Coffee is not only a favorite food for lovers but also a favorite food of the public. The change of the coffee market has become the life of modern people along with the culture of the public according to the consumption trend and lifestyle.

Korean coffee culture continues to grow with franchise coffee shops like Starbucks and specialty roastery specialty coffee shops.

In addition to these social atmospheres, the competition in the coffee and dessert market has intensified, and how the consumer's selection attributes, such as coffee taste and various desserts, have changed, and the effects of each selection attribute on satisfaction are examined.

This study aims to identify the selection attributes that fit the preferences and consumption patterns of dessert cafes for consumers who visited 35 romantic cafes selected from the background of Busan's history and natural environment, and analyze the effects of the selection attributes on satisfaction. In addition, it is possible to discover the original cafe culture contents by activating the management of dessert cafes and linking with local cultural tourism, and to promote Busan's tourism industry and economy as a complex cultural space.

The purpose of this study is to identify the selection attributes such as service quality of dessert cafes that affect customer satisfaction, and to verify that each variable affects the satisfaction of dessert cafes. The paper suggests implications and draws out policy implications for the development of the Busan Romantic Cafe tourism industry.

his study verified the research hypothesis by conducting a questionnaire survey and measured the effect of the selection attribute factors of dessert cafe on satisfaction, and conducted an empirical analysis. The survey used for the empirical analysis was conducted by regression analysis to examine the effect of the optional attributes on satisfaction with customers who have visited Busan Romantic Cafe. The independent variables were image, convenience, dessert quality, price ratio, and coffee quality. The dependent variable consisted of satisfaction.

As a result, the explanatory power ( $R^2$ ) of the selection attribute was .388, and the F value of the regression model was 24.570 ( $p < .001$ ). As a result of the significance test, only three factors, such as image, price, and coffee quality, had a significant effect on satisfaction.

As a result, the explanatory power ( $R^2$ ) of the selection attribute was .388, and the F value of the regression model was 24.570 ( $p < .001$ ). As a result of the significance test, only three factors, such as image, price, and coffee quality, had a significant effect on satisfaction.

The results of this study show that the staff's friendliness, interior space, and service quality factors such as coffee quality, menu taste, price, and service of dessert cafes are changing according to the recent trend of consumption of coffee market. Compared with previous studies, the factors showed significant or low level of significance.

Dessert cafe users prefer coffee quality with a higher priority than desserts, and caustic cost is valued more than coffee cost, and satisfaction is high. Image is complex facility and various concepts.

In this study, convenience was analyzed to have a low level of significance for consumers. Convenience is different in terms of accessibility according to the sea and historical location in Busan, rather than the existing franchise coffee shop, due to operating hours, location, parking facilities, and membership benefits.

Key words : Dessert Cafe, Selection Attributes, Satisfaction

# 제 1 장 서론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

### 1. 연구의 배경

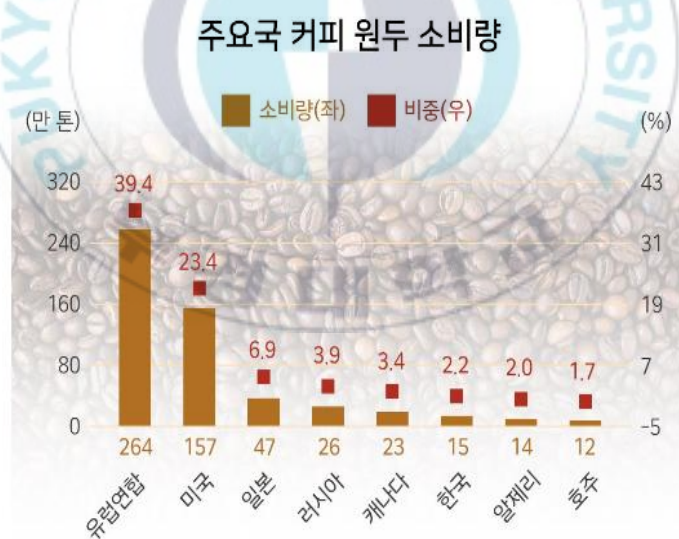
우리나라의 최근 소비문화는 상품의 가치와 만족도가 높은 상품을 과감히 소비하고, 가치의 수준은 낮추지 않는 대신 가격, 만족도 등을 합리적으로 소비하는 가치소비(價値消費)와 브랜드 중심, 경제 불황에 따른 알뜰 소비(쉐어링 sharing: 공동구매), 미각 노마드(미식+nomad: 미식과 유목민의 합성어)와 매스티지(Masstige: 값이 저렴하면서 감성적 만족을 얻을 수 있는 고급품을 소비)의 다양화, 가성비(가격 대비 성능의 비율)의 중요성, 개인 브랜드 확대, 미식 투어, 다양한 음식에 대한 탐닉의 외식소비문화로 바뀌고 있다(외국외식산업경영연구원, 2016) .

국내의 외식산업은 가계소득의 증가, 주5일 근무로 인한 여가시간의 증가, 맞벌이부부의 증가, 핵가족화, 율로족 등의 가치관의 변화로 오늘을 살아가는 현대인들에게 새로운 식도락 문화가 되었다. 외식산업은 여성의 사회진출 확대와 식습관의 변화, 외식소비자들의 심리와 행동은 더욱 복잡해지고 있으며 개인의 개성과 라이프 스타일을 반영하여 감각적인요소와 실리적인 측면에서도 외식은 단순한 식음이 아닌 편리함과 즐거움을 추구하는 소비문화로 인식되고 있다(Payne-Palacio & Theis, 2015). 현대인들의 외식생활은 다양하게 변화하는 외식산업의 발달과 간편화된 사회구조의 변화로 인해 소비자의 기호와 욕구의 다양화로 생존유지를 위해 식사를 하는 것에 벗어나 일상생활 속에서 특별하게 즐기는 외식문화와 유행트렌드로 다양하게 나타나고 있다.

외식산업의 변화 중 눈에 띄는 것이 바로 디저트와 커피가 있는 디저트카페이다.

젊은 소비층을 이루고 있는 디저트카페는 예전과는 달리 디저트가 주가 되는 전문점보다 국내외 다양한 디저트의 빠른 경험소비로 일반 프랜차이즈카페와 소문난 개인카페에서 소비자들이 좋아하는 디저트를 다양하게 접할 수 있어서 커피와 함께 디저트의 다양화, 탐닉을 할 수 있게 되었다. 디저트카페의 가장 대표적인 기호식품인 커피는 현대인들의 대중 차(tea)로서 일상 속에서 사람들의 하루를 시작하는 음료가 되었다.

스타벅스(Starbucks)가 처음 우리나라에 오픈한 1999년으로부터 20년이 지난 현재 한국은 세계에서 6번째로 커피를 많이 소비하는 나라가 되었다. 현대경제연구원이 발표한 자료에 의하면 한국의 원두 소비량은 약15만 톤으로 전 세계 6위이다. 세계 커피 원두 소비량은 2018년 유럽연합(EU)이 264만 톤 39.4%로 1위로 가장 높은 비중을 차지했으며 다음으로 미국, 일본, 러시아, 캐나다, 한국 순이다.

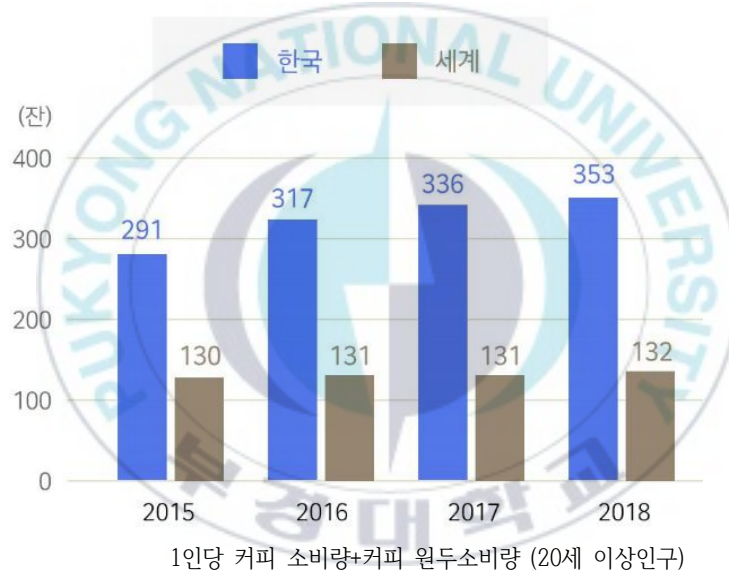


<그림 1-1> 세계 주요국 커피 원두 소비량

한국인의 1인당 연간 353잔의 커피를 마시는 것으로 나타났다(2018년 기준, 20세 이상). 전 세계 인구의 평균 1인당 소비량의 약 3배에 달하는 수준이며 한국인은 매일 커피를 마시고 세계 평균인구의 3배를 마신다.

한국의 커피산업은 2018년 기준 약 7조 원(매출액 기준)으로 추정되며 5년 뒤 2023년에는 약 9조원 까지 확대될 전망이다.

### 1인당 커피 소비량



〈그림 1-2〉 국내 1인당 커피 소비량

현대사회의 커피는 1970년대 급속한 우리나라의 발전과 함께 근로자들의 휴식과 노고를 위로하고 산업화와 현대화된 삶의 다양한 문화를 연결하는 매개체 역할을 하였다. 한국에서의 커피는 모닝커피로 시작하는 보통의 일상이며, 한국의 발전과 함께 커피전문점 매출액은 미국, 중국에 이어 ‘커피 공화국’ 이 되었다.



현대인들의 대표적인 기호식품인 커피는 필수식품처럼 일상 속에 깊이 자리 잡혀 국내 커피시장은 스타벅스와 같은 국외 대형 커피전문점 이외에도 국내기업들까지 프랜차이즈 커피전문점들에 의해 지속적으로 늘어나고 있다. 그 결과, 커피시장의 과열로 인한 점포의 수확대로 매출하락과 서비스품질의 저하, 커피교육부재 등 문제점이 야기되었다 (김영규, 류명자, 2012). 이러한 커피시장의 성장에도 커피전문점들 간의 경쟁이 심화되면서 커피의 맛으로 경쟁하기엔 소비자들의 차별화가 불분명하기에 기업들과 판매자들은 소비자의 이목을 끌기 위한 특색 있는 마케팅을 연구하고 경쟁 환경에서 생존을 위한 효과적이고 지속적인 전략을 모색해야 하는 문제가 야기 되었다.

커피시장은 음용의 대중화로 국내 커피전문점간의 경쟁이 치열해지고 소비자들의 선호만큼 유행을 빠르게 타는 외식산업이다. 국내 커피시장이 빠르게 발전하면서 소비자들의 수준도 높아졌고, 스페셜 커피와 함께 고객의 맛을 사로잡는 사이드 메뉴가 함께 해야만 경쟁에서 살아남을 수 현실이다. 현대인들이 애용하는 유명 디저트카페는 스트레스에 시달리는 도시인들에게 행복과 힐링의 공간으로 사랑받고 있으며 디저트를 찾아 ‘디저트 카페투어’를 다니는 매니아층이 생길 정도로 인기가 높아지고 있다. 디저트카페는 현대인들의 생활의 트렌트가 되면서 라이프 스타일의 변화에 따라 다양하게 지속적으로 변화하면서 발전하고 있다. 일상생활에서 소재하는 커피카페도 시민문화·정서적 트렌드와 함께 개인의 감정을 충족시켜 특색 있는 공간디자인과 차별화된 서비스를 통해 커피전문점에 대한 소비자 인식 수준을 새로운 방향으로 전환하였다(김명희, 2018).

디저트카페의 명칭은 커피를 마시는 카페보다 좀 더 고급스러운 디저트를 먹을 수 있는 작은 사치와 소확행을 지향하는 장소로 현대인들의 일상 속에 행복감을 안겨주고 있다. 디저트카페는 커피만 판매하는 곳이라기보다는 다양한 디저트와 함께 커피를 마시는 곳이라고 할 수 있다. 대형 프랜차이즈커피전문점도 디저트카페라고 통합적으로 포함한다. 다변화하는 소비 시장의 영향력은 정보화시대의 빠른

전달력으로 급속하게 소비자들의 트렌드 문화로 확산되고 소통함으로써 빠르게 변하고 SNS의 영향력으로 가치소비와 외식문화의 소비가 확대되고 있다. SNS를 통한 이미지 마케팅이 주변의 물리적 환경과 자원 등 공간의 중요성이 더해지면서 힐링과 휴양을 즐기는 비일상권으로 방문이 증가하고 있다(양위주, 2019).

최근 1인 가구 증가로 ‘혼밥’ 인구가 늘어남에 따라 커피전문점들이 식사 후 커피를 마시기 위해 찾던 공간에 맛있는 식사와 디저트를 함께 즐기는 디저트카페나 브런치카페로 변신이 잇따르고 있다. 투썸플레이스는 바쁜 직장인들의 신선한 아침을 겨냥해 ‘투썸 모닝’을 메뉴화하여 유러피안 스타일로 제품 수를 늘려 아침식사 시장을 겨냥하고 있고, 스타벅스는 모닝세트를 만들어 메뉴를 다양화하여 디저트 매출이 매년 20%이상 향상되고 있다. 국내 디저트카페시장은 소비자들의 다양한 욕구충족을 위해 서비스형태가 날로 새로워지고 차별화된 콘텐츠로 복합문화공간으로 단순히 음료를 마시는 장소라는 개념에서 개인의 취향과 변화하는 라이프 스타일에 맞게 사회적 의미를 갖는 감성적인 공간으로 문화 콘텐츠를 느끼는 공간으로 변화하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2014).

국내의 커피시장은 급속도로 증가하여 약 8,000여개의 커피전문점이 생겨나 기존의 형태로는 시장 경쟁에서 생존하기 어렵다고 판단하면서 커피이외에 다양한 디저트를 결합하여 새로운 디저트카페메뉴가 매장의 매출을 올리는 상승효과를 나타나고 있다(조시영·전재균, 2016). 개인디저트카페 매장도 특색 있는 그 매장만의 아이템과 시각적인 변화와 직접 생두를 볶아 신선한 원두와 매장만의 매뉴얼로 개인취향에 맞는 입맛으로 프랜차이즈 카페와의 차별화 경쟁으로 서비스를 제공하고 자 개성 있는 아이템으로 고객맞춤형으로 운영하고 있다.

또한, 빠르게 급증하는 대형 프랜차이즈 카페와 경쟁에서 극복하기 위해서 커피 외 고객에 맞는 다양한 디저트를 개발하고 세트 메뉴로 판매하는 디저트카페가 주된 트렌드로 자리 잡아가고 있다. 디저트카페의 물리적환경과 종합적인 서비스가 고객의 재 구매를 반복할 수 있는 방법은 디저트카페의 디저트개발과 특색 있는



이미지, 물리적 환경과 선택속성에 관한 연구가 필요하다고 본다.

2019년 5월 27일 부산시는 부산의 자연풍경과 어울리는 관광 상품으로 부산낭만 카페를 선정하여 아름다운 자연환경을 배경으로 특색 있는 항구도시 부산의 문화를 살리고 지역 경제 일자리도 창출하겠다고 발표하였다. 선정된 카페들은 지역의 특색을 살려 자연을 배경으로 부산만의 독특한 문화를 나타내어 관광지와 어울리는 다양한 컨셉과 서비스로 관광 홍보 마케팅하고 있다.

본 연구의 목적은 급속하게 변하고 있는 대형 프랜차이즈카페에 대한 경쟁으로 부산을 대표하는 개인디저트카페 중 낭만카페 35곳의 방문 경험이 있는 소비자들을 대상으로 디저트카페의 선택속성이 만족에 미치는 영향을 알아보았다.



## 2. 연구의 목적

본 연구는 빠르게 성장하고 있는 커피·디저트카페에 대한 이용고객의 인식과 커피·디저트카페의 주요 선택속성 항목의 선정하여 커피·디저트카페 방문 시 중요하게 생각하고 있는 속성들이 만족에 어떠한 영향을 미치는지 커피·디저트카페 속성을 자료를 구축하여, 부산을 대표 낭만카페와 지역사회의 커피·디저트카페창업 예정자들이 프랜차이즈 커피전문점과의 경쟁 속에서 지속적인 매출 증대에 기여 할 수 있도록 마케팅 활성화 및 방향을 제시하는데 있다.

첫째, 본 연구의 중요 개념인 디저트카페, 선택속성, 만족에 대한 기존 문헌들을 참고로 개념을 정립하고자 한다.

둘째, 커피·디저트카페를 애용하는 고객들의 선택속성에 대한 만족이 유의한 영향을 미치는지 실증분석 하고자한다.

셋째, 디저트카페의 방문하는 고객들의 만족이 재방문의도에 미치는 영향에 있어서 유의한 영향을 미치는지 실증분석 하고자한다.

본 연구의 분석된 결과 토대로 학술적인 시사점을 제시하고, 디저트카페에 대한 선택속성을 바탕으로 치열한 디저트카페 시장에서 경쟁력을 갖추어 카페를 이용하는 소비자들이 재방문으로 지속가능한 시장의 활성화와 부산을 알리는 낭만카페로서 관광 상품 활성화로 지역경제에 기여할 것으로 기대한다.

## 제 2 절 연구의 구성 및 방법

### 1. 연구의 구성

본 연구의 구성은 <그림 2-1>과 같이 연구의 구성 및 연구 방법은 다음과 같다.

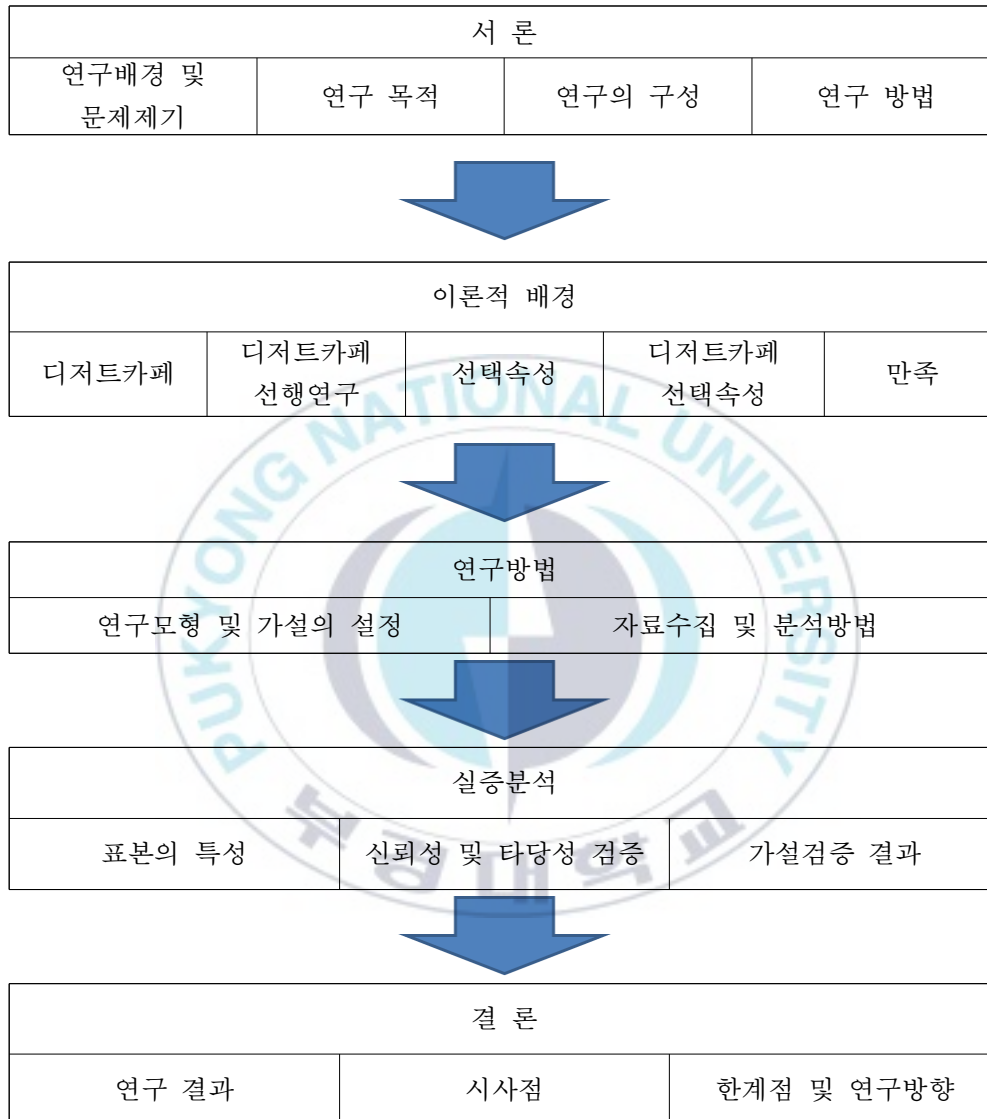
제 1 장은 서론으로 주제의 연구의 배경 및 문제제기, 연구 목적, 연구 구성, 연구 방법에 관해 서술하였다.

제 2 장은 이론적 배경으로 핵심주제의 디저트카페의 정의, 부산낭만카페35선, 선택속성과 만족, 디저트카페 선행연구를 고찰하였으며, 선행연구와의 차별성을 제시하였다.

제 3 장은 연구 설계로 기존 선행 연구를 기반으로 연구 모형 설계, 디저트카페 이용객들의 자료수집과 변수들로 연구의 가설을 설정하였다.

제 4 장은 본 연구의 실증분석으로 설문자료 데이터를 기술적 분석을 하여 연구 대상자의 인구사회학적 특성과 이용형태의 특성을 빈도분석, 요인분석과 신뢰도 분석을 검증하고 가설 검증의 결과를 제시하였다.

제 5장은 본 연구의 결과로 분석의 요약과 시사점을 제시하고 본연구의 한계점과 향후 연구방향에 대해 제시하였다.



〈그림 2-1〉 연구의 흐름도

## 2. 연구의 방법

본 연구는 연구주제 목적을 위해 선행연구의 문헌적 고찰을 통해 이론적 체계와 이를 기반으로 한 실증적 연구를 함께 사용하였다.

문헌적 연구 방법을 통해 연구주제와 관련된 디저트카페와 부산낭만카페35선, 선택속성과 만족, 연구논문과 기타 간행물을 통해 이론적 배경을 점검하고, 이를 기반으로 연구가설과 연구모형을 제시하고, 설문 문항을 설정, 실증조사를 통하여 수집된 자료를 분석하였다.

디저트카페를 애용한 고객들을 대상으로 디저트카페 이용 시 중요하게 느껴지는 선택속성을 파악하여, 선택속성이 만족에 미치는 영향과 디저트카페 이용 시 중요도를 실증분석하기 위하여 부산낭만카페를 방문한 적이 있는 고객들을 대상으로 설문조사를 실시하여 본 연구의 타당성과 신뢰성을 검증하였다. 그리고 설문조사를 통하여 회수된 자료는 SPSS 25.0 통계 프로그램에 의해서 빈도분석, 요인분석 등 분석 방법을 이용하여 표본의 인구통계학적 특성과 일반적인 방문형태의 특성과 연구가설 검증을 수행하였다. 가설 검증을 위해 인구통계학적 특성을 빈도분석을 통하여 정리하였고, 연구 선택속성에 대한 타당성과 신뢰성 검증을 실시하였으며, 각 항목에 대한 기술통계분석을 통해 평균과 표준편차를 알아보았으며, 연구모형의 검증을 하기 위해 독립변수와 종속변수, 요인분석을 실시하였다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 디저트카페

#### 1. 디저트 카페

디저트(Dessert)란 서양식요리의 식사 후 나오는 음식을 의미한다(Han & Yang, 2017). 일반적으로 식사 후 입맛과 분위기를 정리해 주는 목적으로 제공 되는 음식으로 후식을 뜻한다(김영균, 2015). 디저트는 단맛, 풍미, 과일 3가지 요소가 포함되어야 하며, 오늘날 알고 있는 디저트는 19세기 지나면서 자리를 잡았다(안호기 외 5명, 2010). 보통 디저트는 식후에 먹는 음식이지만 최근에는 외식문화의 발달로 인해 식전과 식후에도 먹을 수 있는 가벼운 음식으로 정의가 바뀌고 메뉴도 다양화, 전문화 되어 있다(김영균, 2015).

카페는 간단한 식사나 차를 마실 수 있는 공간을 레스토랑으로 프랑스어로 커피(Coffee)를 카페라고 하며, “커피를 파는 집”이라는 뜻이다. 영국의 카페는 소형 음식점으로 간단한 식사도 할 수 있는 공간으로 간편한 레스토랑을 말하는데, 다소 격식 있는 레스토랑과는 구별된다. 커피를 마시며 담소하는 공간으로 인식된 유럽의 카페와는 달리 동양의 카페는 상업적인 용도에 따라 다소 의미가 달라진다. 우리나라의 경우 처음에는 서양풍의 고급스런 커피점이나 작은 바(Bar)형태의 술집을 카페라고 불렀다. 그 뒤 여급이 있는 주점으로 변모하였으며, 커피와 차를 파는 곳을 커피숍 또는 다방이라고 하였다(와인&커피 용어해설, 2009: 허용덕, 허경택, 2018). 요즘 디저트카페는 밥을 먹고 다시 후식을 위해 커피전문점을 방문할 필요 없이 디저트와 함께 차와 커피를 즐길 수 있다는 점에 부담 없이 시간을 보내고 여유를 즐길 수 있는 편안한 공간으로 인식되고 있다(신아현, 2018).

## 2. 디저트카페의 성장배경

최근에는 다양한 맛과 SNS홍보로 디저트문화가 급속도로 확산되면서 디저트카페가 생겨나고 라이프 스타일의 수준향상으로 전문적인 디저트카페가 선보이고 있다 (Jeon, 2017). 따라서 디저트카페는 고객들이 주식으로 먹는 메뉴를 제외한 음식 또는 음료 등으로 메뉴를 구성한 카페라 할 수 있으며 다양한 종류의 디저트(커피, 베이커리, 아이스크림, 음료, 차 등) 메뉴가 준비되어있는 공간에서 디저트의 달콤한 맛과 향을 즐길 수 있는 카페를 의미한다(김경애, 2013).

1970년대 국내 경제성장과 더불어 증가하기 시작한 커피와 디저트소비는 1980년대 프랜차이즈 증가와 1990년대 백화점과 디저트카페의 고급 디저트 판매로 본격화되기 시작하였다. 2000년대에는 커피전문점이 급증하고 프랜차이즈에서 커피와 함께 다양한 고급디저트메뉴를 판매하면서 디저트 소비도 증가했다. 1999년 세계적인 커피브랜드 스타벅스가 국내에 진출하여 성공하자 커피빈, 카페베네, 엔제리너스, 할리스, 투썸플레이스, 탐앤탐스, 파스쿠찌 등 다양한 브랜드가 생겨났고, 폭발적 성장세를 보였다(황장선·도선재, 2009). 최근 디저트카페는 외식문화의 변화로 식생활 패턴이 정해진 시간외에 외식과 만남이 가능한 외식문화공간이며 소비자들의 니즈를 충족시키고 즐거움과 편안함을 주는 라이프 스타일을 반영한 소비문화 공간이다



### 3. 부산 낭만카페35선

부산시는 부산의 지형적 특징을 가지고 있는 자연환경을 배경으로 부산만의 자연과 독특한 역사 문화를 담은 지역별 카페투어 코스를 개발하여 카페 35선을 선정하였다.

부산시는 낭만카페 사업을 시작하면서 선정된 카페를 중심으로 지역의 문화와 관광이 어우러진 독창적 체험형 카페 문화 콘텐츠를 발굴해 테마별 투어 코스를 개발하기로 했다. 또한 다국어 가이드북 제작, 국내외 카페 투어 SNS 운영자 초청 팸 투어, 하반기엔 전문가 및 시민의 의견을 종합해 추가적으로 낭만 카페를 선정하였다.

이 사업은 단순히 인기를 끌만한 카페만을 선정한 것이 아니다. 최근 카페가 지역 문화를 대표하는 복합 문화 공간으로 발전하고 있다. 부산만의 문화와 낭만을 담은 관광 콘텐츠로 개발해 관광 산업과 경제 활성화에 촉매제가 되도록 한다는 차원에서 부산낭만카페를 선정했다.

부산낭만카페는 각구별로 1~4곳이 선정되었다. <표1-3>에 나타난 것 처럼 중구(3곳)는 레귤러 하우스, 노티스, 바우노바 백산점, 서구(2곳)는 TCC, 빈스톡, 동구(2곳)는 카페 초량 1941, 문화공감 수정, 영도구(3곳)는 카린 영도 플레이스, 신기산업, 켄스톤, 부산진구(4곳)는 빈티지38, 비포선셋, 오월생, 유월커피, 동래구(3곳)는 아트케이갤러리 카페, 그린내, 어반 플로우, 남구(2곳)는 딜라잇식스, 카페 이정원, 북구(1곳)는 루왁, 해운대구(2곳)는 옛지993, 포트 1902, 사하구(1곳)는 소울레터커피 컴퍼니, 금정구(2곳)는 모모스, 티원, 강서구(2곳)는 포레스트 3002, 몽도르 카페, 연제구(1곳)는 고래커피, 수영구(2곳)는 오후의 홍차, 더박스, 사상구(1곳)는 Vsant, 기장군(4곳)은 웨이브온, 아데초이, 헤이든, 비치다카페. 총 35곳이다(출처CIVIC뉴스 <http://www.civicnews.com>).



〈표 1-3〉부산낭만카페 35선

| 지역     | 카페명                                                                                                                                                                     |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 중구(3)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·레귤러하우스- 명관광지 국제시장 내 위치</li> <li>·노티스-1950년대 쌀창고를 개조,1층-복합문화공간</li> <li>·바우노바 백산점-1940년 목조건물, 품격 있는 정통 커피숍</li> </ul>            |
| 서구(2)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·TCC-송도해상케이블카와 인접, 재방문율25%, SNS통한 방문</li> <li>·빈스톡-부산 3대 커피 장인이 운영, 암남공원 연계 관광</li> </ul>                                        |
| 동구(2)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·초량1941-1941년 적산가옥, 목장원 스토리텔링, 동구산복 도로</li> <li>·문화공감수정(정난각)-1943년 일본식 가옥, 뮤직비디오, 영화 촬영지</li> </ul>                              |
| 영도구(3) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·카린영도플레이스-스칸디나비아 인테리어, 복합문화공간, 바다 뷰 포인트</li> <li>·신기산업-복합문화공간, 영도를 카페성지로 만든 앵커시설</li> <li>·젬스톤-실내수영장개조, 깡깡이에술마을 연계 관광</li> </ul> |
| 동래구(3) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·아트케이갤러리-복합문화 공간, 정원카페, 갤러리카페, 아크홀로 구성</li> <li>·그린내-커피창업 프로그램운영(연수과정-카페투어코스활용)</li> <li>·어반플로우-전문 바리스타 운영, 모던</li> </ul>        |
| 북구(1)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·루왁-부산인도네시아센터 위치, 이국적분위기의 세미나실 게스트룸 , 복합문화공간, 도서관 운영</li> </ul>                                                                  |

|         |                                                                                                                                                                                                                          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 부산진구(4) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·빈티지38-복합문화공간, 세미나, 단체회의 및 이벤트가능</li> <li>·비포센셋-유럽풍인테리어, 다양한 조경으로 자연적인 인테리어로 인기</li> <li>·오월생-운영자가 직접 하는 디저트카페 운영,포도존, 가게내 포토엽서 제작 판매</li> <li>·유월커피-플리마켓 운영, 소규모행사가가능</li> </ul> |
| 남구(2)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>·딜라이식스-복합문화공간, 테마별 디스플레이, 스몰웨딩</li> <li>·카페 이정원-15가지 베이커리 직접 제공, 식물정원 활용</li> </ul>                                                                                               |
| 해운대구(2) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·옛지993-펜션운영, 광안대교, 동백섬, 달맞이언덕 전경</li> <li>·포트1902-운영자 커피공장 운영, 풀장보유 카페, 전시, 공연 체험활동 가능</li> </ul>                                                                                 |
| 강서구(2)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·포레스트 3002-운영자 홍대 미대 출신, 지하 사진관, 야외 스몰웨딩, 주말 반려견과 주인간의 화합공간</li> <li>·몽도르카페-오션뷰, 일몰과 일출 명소, 테마방운영, 가덕해안가 위치</li> </ul>                                                            |
| 사하구(1)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·소울레터커피컴퍼니-소울 시그니처 커피, 식물원 인테리어, 부산 최초 호주식 디저트(바블로바)</li> </ul>                                                                                                                   |
| 연제구(1)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·고래커피-카페 창업 컨설팅 회사 운영, 직접 로스팅, 각기 다른 소품 인테리어</li> </ul>                                                                                                                           |
| 금정구(2)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>·모모스-스페셜티 커피 전문점, 도심속 정원 인테리어, 2009월드 챔피언십 우승(전주연 바리스타)</li> </ul>                                                                                                                |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>·티원-운영자 도시 재생, 도시 디자이너 활동, 범어사 주변 숲 배경 문화. 전시 카페, 루프탑, 카페 내부 숲 조망</li> </ul>                                                                                                                                                         |
| 수영구(2) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·더박스-2012최우수 디자인 건축상, 2013부산다운 건축상 동상 수영 강변 야경 조망 가능, 테라스는 쿠루즈여행 시각적 효과</li> <li>·오후의 홍차- 수영강변 대표카페, 2018부산다운 건축상 수상 홍차전문카페</li> </ul>                                                                                               |
| 기장군(4) | <ul style="list-style-type: none"> <li>·웨이브온 - 오션 뷰, 운영자가 전문 생두 감별사 2018년 한국 건축문화대상 본상 국무총리상 수상</li> <li>·아데초이 -핸드드립, 베이커리 운영, 화려했고 앤틱한 유럽식 인테리어</li> <li>·헤이든 -오션 뷰 카페, 키즈 존 운영, 소나무가 있는 작은 공원.</li> <li>·비치다카페-주택을 개조한 카페, 넓은 정원, 스크린 루프탑 공간, 영화관람 등 다양한 체험 활동</li> </ul> |

출처 : 부산시 보도자료 “로맨틱 부산 낭만카페35선 선정” 자료를 참조

## 제 2 절 선택속성

### 1. 선택속성

속성은 상품이 지닌 유·무형의 가치에 대한 이용 고객의 태도에 선택으로 소비자들이 선호하는 것과 구매의 차이를 일으키는 상품의 속성에 대한 태도가 어떻게 되는지 점포의 특성, 점포의 느낌, 점포의 전반적인 인상 등의 의미를 포함하고 있다(Kunkel & Berry, 1968). 속성은 소비자들이 더 나아지기 위하여 선택하는 최선의 목표이며, 목표가 의사결정에서 측정 가능한 형태로 바뀌는 것이다(Keeney&Rafa, 1993). 속성은 선택의 상황에서 중요하게 작용하며 개인의 주관적 판단에 근거하고 있다(위엔, 2019).

선택속성이란 선택에 직접적인 영향을 미치는 요인이며, 집단별로 서로 다른 선택의 결과를 요인으로 도출한다는 것을 의미한다(Zikmund, 1987). 소비주체가 유형무형의 재화에 관한 소비를 선택할 때 직접적 의사를 결정하는데 관여하는 요인으로 소비주체의 라이프 스타일, 성격, 소비자의 동기, 자아개념들이 존재 한다(Anderson, N.W.1981). 선택속성의 기준은 상품의 물리적 특성과 같은 객관적 속성이 상품이 가지고 있는 상징적 가치와 같은 주관적 요인을 가지고 있다(Engel, Blackwell, 1982). 선택속성은 상품의 구매과정에서 다양한 심리적, 사회적, 변수들이 특정한 방식을 가지고 결합하는 의사결정에 중요한 작용을 하게 된다 (이정실, 2006).

본 연구는 커피·디저트카페의 선택속성이 만족에 영향을 주는 변수를 도출하기 위해 커피·디저트카페 등의 선행연구들을 고찰하고 본 연구에서 선택속성이 만족에 관련된 변수들을 도출하였다. 커피전문점의 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향연구에서 커피점을 선택하고, 그 선택속성이 고객만족도 충성도를 형성하며 고객만족이 충성도로 이어지려면 커피전문점의 신뢰성 및 보증성을 집중 관리

해야 한다고 하였다(Jeung, Kim, 2013). 커피전문점의 선택속성의 경우 유형과 무형의 상품을 같이 구매하게 되고, 커피전문점의 이미지 또는 개성 등과 같은 요소들과 결합되어 소비자들로부터 구매 욕구를 느끼게 한다고 하였다(이기태, 2012).



〈표2-1〉 선택속성 선행연구

| 연구자                   | 선택속성 요인                                            |
|-----------------------|----------------------------------------------------|
| 김광지·박규영·박기용<br>(2012) | 1.물리적 환경 2.서비스 3.음식결과                              |
| 김예니<br>(2018)         | 1.오락성 2. 심미·매력성 3.청결성<br>4.편의성 5.공간성 6.환경성         |
| 김장하·구완화·임관혁<br>(2013) | 1.물리적 환경 2.공간성 3.청결성<br>4.환경성 5.매력성                |
| 김현철<br>(2019)         | 1.카페의 물리적 환경 2.서비스 품질<br>3.고객행동의도                  |
| 정영우<br>(2006)         | 1.커피품질 2. 가격 가치<br>3. 실내인테리어 4. 인적 서비스             |
| 한지혜·주성윤·정주희<br>(2016) | 1. 물리적 환경 2. 브랜드가치 3.고객혜택<br>4.서비스 5. 메뉴다양성 6.커피품질 |

## 2. 디저트카페 선택속성 선행연구

커피전문점에 관한 선행연구는 다양하게 연구되고 있지만, 최근 유행하고 있는 개인디저트카페에 대한 자료는 거의 이루어지지 않고, 특정디저트카페에 대한 선행 연구는 다음과 같다.

서울에 거주중인 20대 소비자를 대상으로 소비자 가치에 따른 후식선택속성의 차이에 대한 연구를 하였고, 소비자의 가치유형에 따른 9가지 후식의 선호도와 만족도를 조사하여 가장 선호하는 후식은 커피와 차로 결과가 나타났으며(예지수, 2010), 글로벌 디저트를 중심으로 브랜드별 성공한 마케팅 전략과 브랜드별 차별화 전략을 분석하고 치열해지는 경쟁속에서 브랜드 마케팅을 통해 성공한 국내외 디저트 기업의 브랜드가 전문화되고 고품질의 메뉴와 차별화된 디자인, 커뮤니케이션 활성화가 필수적임을 제시하였다(황보영 · 김보영, 2014).

외식업체 중 주식으로 먹는 메뉴를 제외한 음식이나 음료 등 다양한 종류의 디저트 메뉴가 준비되어 있는 공간에 달콤한 맛을 즐길 수 있는 디저트카페(Kim, 2013)에서는 시각적으로 예쁜 디저트 모양과 카페의 분위기, 달콤한 디저트를 먹으면서 느낄 수 있는 행복감 등의 심리적인 만족이 더욱 중요시 된다(윤중석, 2017).

디저트카페 메뉴의 선택속성과 개인가치에 대한 연구를 조사한 결과, 개인가치가 고객의 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 메뉴와 품질 이외 구매욕구를 발현시킬 수 있는 또 다른 요소가 필요하다(정승민 · 배금광, 2018)고 제시되었다. 디저트카페에 방문한 경험이 있는 고객의 감성이 행동의도에 미치는 영향을 조사한 결과, 디저트카페의 물리적 환경과 서비스 스케이프를 세심하게 연출하는 것이 중요하다고 하였다(Lee, 2018).

디저트카페 상품 선택속성은 고객이 커피와 함께 디저트를 선택하고, 카페 내에서 의사결정을 하는지를 파악하는 외식 마케팅의 기본 전략이며, 고객을 이해하는데 기본 필수적인 요인이다. 고객은 실제로 디저트 카페의 서비스나 상품을 구하기



위해 카페를 선택하여 방문하기도 하며, 구매와는 관계없이 친구들을 만나기 위해 특정 디저트 카페를 방문하기도 한다(전경철, 2017).

< 표2-2 >카페 선행 연구

| 연구자                         | 연구대상                              | 연구내용                                           |
|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|
| 김기진<br>이정은<br>변광인<br>(2010) | 대구 중심가<br>커피전문점을 방문한<br>고객        | 사회적 환경을 포함한 서비스스케이프가<br>고객의 감정반응과 행동의도에 미치는 영향 |
| 김여진<br>(2019)               | 한국 커피전문점을<br>이용한 한국인과<br>일본소비자 대상 | 커피전문점의 서비스품질이 고객만족도<br>에 미치는 영향                |
| 김영균<br>(2015)               | 부산지역 디저트<br>카페를 방문한 고객            | 디저트 카페 선택속성이 관계의 질, 행동<br>의도에 미치는 영향           |
| 김판수<br>한장협<br>(2011)        | 커피전문점을 방문한<br>경험이 있는 고객           | 커피전문점 서비스품질이 고객만족과 충<br>성도에 미치는 영향             |
| 신아현<br>(2018)               | 디저트카페를 방문한<br>고객 대상               | 디저트카페의 선택속성에 대한 만족이<br>재방문의도에 미치는 영향           |
| 정승민<br>배금광<br>(2018)        | 한국 커피전문점을<br>이용한 한국인과<br>일본소비자 대상 | 커피전문점의 서비스품질이 고객만족도<br>에 미치는 영향                |

### 제 3 절 만족

만족의 의미는 고객의 기대와 요구에 부응함으로써 상품이나 서비스의 재구매가 이루어지거나 고객의 신뢰감과 충성도가 지속되는 상태라고 정의내릴 수 있다(김민정, 2018).

고객만족(customer satisfaction)은 고객이 기대하고 예상하는 기준을 상품을 제공하는 기업이나 브랜드의 가치가 충족되거나 제공된 가치가 고객에 의해 기대된 기준을 넘어서는 것을 의미한다(서장호, 2018)

Oliver(1993)는 구매과정시 소비자들이 지불한 비용에 대한 예상 결과와 적합한 대가를 비교하여 최종적 발생하는 구매결과를 고객만족이라 하였으며, 또한 소비자의 소비경험이 최소한의 기대수준보다 좋았다고 평가되는 것이며, 사전적 기대와 제품이나 서비스 사용 후 측정된 실제 성과 사이의 지각된 불일치에 대한 종합적 심리 상태를 고객만족이라고 하였다(백림정, 박태수, 한진수, 2017).

다양한 관점에서 느낄 수 있는 고객의 기대치를 충족시키기 위해서는 고객의 니즈와 가치관을 예측하고 이를 근거로 고객 입장에서 접근하는 서비스 전략을 세워야한다(이미란, 2018). 고객만족은 고객의 평가로 보는 관점, 고객의 욕구를 충족하는 정도로, 고객이 사전 기대에 대한 제품의 실제성, 소비경험에서 판단되는 소비자의 인지적 과정에 대한 긍정적 평가를 의미하기도 한다(전영직, 박영기, 2017).

고객만족은 서비스 연구에서 중요시 되는 개념이며, 고객의 행동의도를 예측하는 중요 변수이므로, 고객의 만족과 함께 고객의 미래 행동을 예측하는 핵심 변수로 중요성이 대두되고 있다(이형래, 서용모, 2013; 최환석, 조주은, 2010).

이러한 고객만족을 통해 고객의 재방문이 이루어지며 타인에게 긍정적인 정보를 전달하여 타인의 의사결정에도 영향을 미치게 되므로 서비스 품질에 대한 만족이 지속적인 구매를 함으로써 장기적인 수익창출과 성장이 이루어지게 된다(최옥희,

2016).

고객 만족은 1970년대 이후 끊임없이 연구되었고 1980년대에는 고객 만족을 높이는 것이 목적이었으나 1990년대부터는 고객 만족은 재구매 또는 재방문을 통하여 직접적으로 이윤창출에 영향을 주는 전략적 목적의 수단이라는 것이 널리 인식되었다(Jones, Thomas O. and W.Earl, 1995).

커피전문점에 대한 선택속성과 고객만족은 커피전문점의 신뢰성, 보증성, 반응성으로부터 고객만족에 유의한 영향을 받고 있다고 연구결과가 나왔다(손유진, 2006)

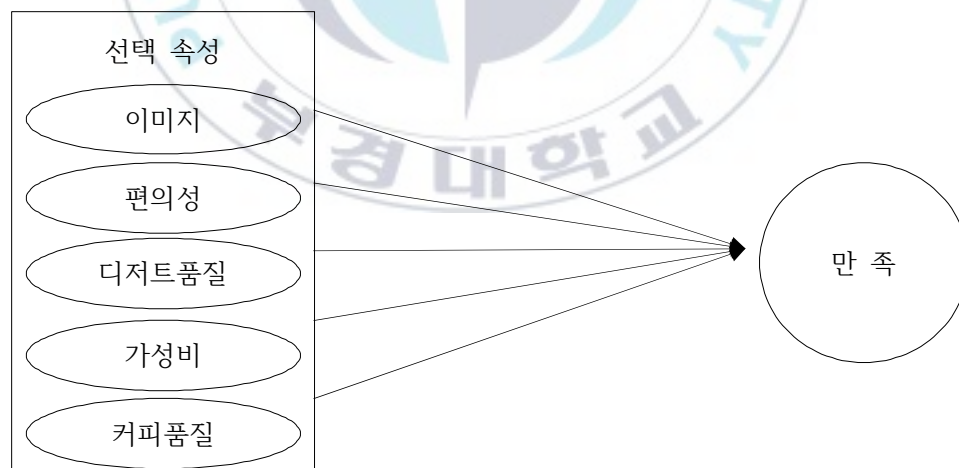


## 제 3 장 연구방법

### 제 1 절 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구의 모형

본 연구에서는 디저트카페를 이용한 고객들을 대상으로 선택속성이 만족에 미치는 영향관계를 검증하기 위해 다음 <그림3-1>과 같은 연구모형을 설정하였다. 측정 항목의 속성을 고려하여 주요요인으로 이미지, 편의성, 디저트품질, 커피품질, 가성비 등 5가지로 설정하였다.



<그림3-1 > 연구모형

## 2. 가설 설정

디저트카페의 선택속성이 만족이 미치는 영향과 재방문에 관한 연구로 선행연구의 이론을 바탕으로 카페의 이미지와 편의성, 서비스, 디저트의 품질, 가성비, 커피품질 등을 카페 선택속성 요인으로 가설을 설정하였다. 선택속성에 대한 만족과 재방문의도에 관한 연구로 프랜차이즈 커피전문점에서 공간과 분위기·서비스가 중요하며 개별 점포는 메뉴에 관한 연구가 필요하다(김리경, 2012)

디저트카페의 선택속성요인 중 메뉴 요인이 고객 만족을 주고, 재방문의도에도 가장 크게 영향을 미친다(진양호, 2014) 또한 디저트카페의 메뉴품질 중 맛·가격·다양성이 이용고객에게 가장 많은 만족의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 최근 고객들은 저렴한 가격과 기본적인 욕구보다 좀 더 “가치 있고 양보다는 질이 우선 시 되어야 하며, 메뉴의 다양화를 통해서 고객이 기본적인 욕구를 충족하기보다 다양한 메뉴를 다양하게 선택할 권리를 제공해야 한다(손송이, 2014)

연구결과를 바탕으로 디저트카페의 선택속성에 대한 만족은 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 토대로 다음과 같이 가설 1을 설정하였다

가설 1. 디저트카페의 선택속성은 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 이미지는 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 편의성은 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 디저트품질은 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4: 가성비는 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5: 커피품질은 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 제 2 절 설문구성 및 분석방법

### 1. 설문구성

본 연구의 설문은 디저트카페의 선택속성이 만족에 미치는 영향을 연구하고자 각각의 변수와 관련된 선행연구 문항 자료를 참고하여, 연구의 목적과 방법에 맞는 항목자료를 기초로 디저트 선택속성 26개 항목, 만족도 4개 항목, 재방문의도에 관한 5개 항목과 인구통계학적 9개 항목으로 나누어 5점 리커트척도를 사용하여 설문지를 작성 하였다.

첫 번째 영역에서는 디저트의 품질등 카페의 선택속성에 관한 항목을 26개로 측정하였다.

두 번째는 디저트카페에 대한 이용에 관한 일반적인 특징을 알아보기 위해 4개의 항목을 측정하였다.

세 번째 영역은 재방문의도를 측정하기 위해 5개의 항목으로 5점 척도로 측정하였다.

다섯 번째 영역은 인구사회학적인 질문으로 성별, 연령, 학력, 소득, 직업 등 9개 항목으로 구성하여 측정하였다.

## 2. 분석방법

본 연구의 문제를 해결하기 위해 이론적 배경을 근거로 연구가설과 연구모형을 설정하여, 선행연구의 연구 자료들을 참고로 설문지를 작성하여 부산을 대표하는 디저트카페 중 낭만카페를 방문해 본 소비자를 대상으로 설문조사를 시행하였다.

연구의 자료는 SPSS 25.0의 프로그램을 이용하여, 응답자의 인구통계학적 특성과 일반적인 사항을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 디저트카페의 선택속성의 타당성을 알아보기 위해 요인분석을 실시하였다.

결과 측정항목의 유형별로 5개의 주요요인으로 추출되었고, 이 항목들을 바탕으로 디저트카페 선택속성이 만족과 재방문에 신뢰성과 타당성을 알아보고자 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다.

## 제 3 절 자료의 수집 및 분석방법

### 1.자료의 수집

본 연구에서는 디저트카페 선택속성이 만족에 미치는 영향에 대해 조사하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 본 연구의 달성을 위하여 부산지역 낭만카페를 방문하는 고객들을 대상으로 이루어졌다.

설문조사 기간은 2019년 8월 1일부터 2019년 9월 1일까지 이루어졌으며 조사방법은 본 연구의 연구자가 설문 응답자에게 설문에 대한 내용을 직접 설명



하여 조사를 하였으며, 응답자가 직접 설문지에 기입하는 자기기입식 방법으로 조사를 하였다. 설문지는 낭만카페를 이용해본 경험이 있는 소비자를 대상으로 설문지에 자기기입식 설문방식으로 시행하였으며, 총220부중 회수된 표본 중 200부가 본연구의 자료로 사용되었다.

## 2. 자료의 분석방법

본 연구를 통해서 수집된 자료는 데이터 통계와 코딩을 거친 후 SPSS 25.0 통계 프로그램을 활용하여 분석방법을 실시하였다.

첫째, 인구통계학적 표본의 특성을 알기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 조사 대상의 디저트카페에 대한 선택속성과 만족에 대해 각 측정 항목별로 신뢰도 분석을 실시하여 연구 문항에 대한 신뢰도를 확인하였다.

셋째, 본 연구에 이용된 측정항목의 요인을 도출한 후 추출된 요인의 타당성을 확인하고자 요인분석을 실시하였다.

넷째, 본 연구의 가설 검증을 하기 위해 다중회귀분석(Multiple regression analysis)과 위계적 회계분석(Hierarchical analysis)을 실시하였다.

## 제 4 장 실증분석

### 제 1 절 표본의 특성

#### 1. 표본의 인구통계학적 특성

본 연구는 연구대상인 표본의 인구 통계학적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 교육수준, 결혼 여부, 월평균소득에 대한 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

조사결과 <표4-1>에 나타난 것처럼 남성이 52명(26.0%)이고, 여성은 148명(74.0%)로 여성이 더 많았으며, 연령은 20대가 88명(44.0%)으로 가장 많고, 그 다음으로 50대가 42명(21.0%), 40대가 32명(16.5%), 30대가 31명(15.5%), 60대 이상이 6명(3.0%)의 순으로 나타났다. 교육수준은 대학 재학 및 졸업이 65.5%, 전문대학 재학 및 졸업이 25.5%, 고졸이하가 8.0%, 대학원 졸업이 1.0%로 나타났다. 월 평균소득은 200만원 미만이 55.0%, 200-300만원 미만이 19.0%, 300-400만원 미만이 11.5%, 500만원 이상이 7.5%, 400-500만원 미만이 7.0%로 나타났다.

< 표 4-1 > 표본의 인구통계학 특성(N=200)

| 구분    |           | 빈도(명) | 비율(%) |
|-------|-----------|-------|-------|
| 성별    | 남성        | 52    | 26.0  |
|       | 여성        | 148   | 74.0  |
| 연령    | 20대       | 88    | 44.0  |
|       | 30대       | 31    | 15.5  |
|       | 40대       | 32    | 16.5  |
|       | 50대       | 42    | 21.0  |
|       | 60대 이상    | 6     | 3.0   |
| 교육수준  | 고졸이하      | 16    | 8.0   |
|       | 대학 재학     | 51    | 25.5  |
|       | 대학 졸업     | 130   | 16.5  |
|       | 대학원 이상    | 20    | 1.0   |
| 결혼여부  | 미혼        | 130   | 65.0  |
|       | 기혼        | 66    | 33.0  |
|       | 기타        | 4     | 2.0   |
| 월평균소득 | 200만원 미만  | 110   | 55.0  |
|       | 200-300만원 | 38    | 19.0  |
|       | 300-400만원 | 23    | 11.5  |
|       | 400-500만원 | 14    | 7.0   |
|       | 500만원 이상  | 15    | 7.5   |

## 2. 표본의 방문형태의 특성

본 연구의 응답자의 카페에 대한 정보와 동반형태, 재방문 여부 등을 파악하기 위해서 빈도분석으로 실시하였다. 카페에 대한 정보는 주변사람의 추천이 45%로 가장 높았고, 그 다음으로 소셜미디어가 17.0%. 인터넷이 16.5%, 과거 개인 경험이 14.5%, 기타 6.5%의 순으로 나타났다. 카페의 동반 형태에 관해서는 친구가 67.0%로 가장 많았고, 그 다음으로 혼자서가 15.5%, 가족은 14.5%, 이웃은 3.0%의 순으로 나타났다.

<표 4-2 > 표본의 방문형태의 특성

| 구분        |                          | 빈도(명) | 비율(%) |
|-----------|--------------------------|-------|-------|
| 재방문       | 예                        | 140   | 70.0  |
|           | 아니오                      | 60    | 30.0  |
| 카페에 대한 정보 | 주변사람추천                   | 91    | 45.0  |
|           | 인터넷                      | 33    | 16.5  |
|           | 과거개인경험                   | 29    | 14.5  |
|           | 소셜미디어<br>(인스타그램, 페이스북 등) | 34    | 17.0  |
|           | 기타                       | 13    | 6.5   |
| 직업        | 자영업/판매/서비스직              | 32    | 16.0  |
|           | 기능/작업직                   | 14    | 7.0   |
|           | 사무직/경영<br>관리직            | 30    | 15.0  |

|                  |             |     |      |
|------------------|-------------|-----|------|
|                  | 전문/자유직      | 36  | 18.0 |
|                  | 가정주부        | 8   | 4.0  |
|                  | 학생          | 90  | 40.5 |
|                  | 기타/무직       | 10  | 5.0  |
| 동<br>반<br>형<br>태 | 혼자          | 31  | 15.5 |
|                  | 가족          | 29  | 14.5 |
|                  | 친구(직장동료/연인) | 134 | 67.0 |
|                  | 이웃/친목/종교/단체 | 6   | 3.0  |



## 제 2 절 타당성과 신뢰성 분석

본연구의 신뢰성 분석을 위해 선행연구를 토대로 디저트카페의 선택속성 항목을 선정하여 타당성과 신뢰성을 분석하기 위해 요인분석을 이용하여 변수에 대한 크론바 알파(Cronbach's  $\alpha$ )를 구해서 검증하였다.

디저트 선택속성을 구성하는 측정항목들의 타당성과 신뢰성에 대한 분석 결과는 다음 <표 4-3>과 같다. 선행연구를 토대로 디저트 카페의 선택속성 측정항목을 선정하여 분석한 결과, 본 연구에서는 5개 주요요인으로 추출되었으며, 각 측정 항목의 속성을 고려하여, 요인1은 “이미지”, 요인2는 “편의성”, 요인3은 “디저트 품질”, 요인4는 “커피품질”, 요인5는 “가성비”로 각각 명명하였다.

본 연구에서 검증된 각 개념변수들에 대한 Cronbach's  $\alpha$  값들은 .6이상으로 나타났다. 타당성 분석을 위해서 베리맥스(Varimax) 방식을 이용한 탐색적 요인분석을 실시하여 나타내었으며, 요인적재값(Factor loading)이 .5 이상이고 고유값(Eigenvalue)이 1이상인 요인만을 추출하였다. 모형의 KMO 검정값은 .717이고, Bartlett의 구형성 검정값은  $\chi^2=1191.003$ , 유의확률은 0.001로 유의하게 나타났다.

<표 4-3 > 선택속성의 타당성 및 신뢰성 분석 결과

| 요인명       | 측정항목            | 요인<br>적재량 | 고유값   | 분산<br>설명력<br>(%) | Cronbach's $\alpha$ |
|-----------|-----------------|-----------|-------|------------------|---------------------|
| 이미지       | 이 카페의 명성이 높다    | .872      | 2.444 | 16.292           | .863                |
|           | 이 카페의 이미지가 좋다   | .856      |       |                  |                     |
|           | 이 카페의 인지도가 높다   | .832      |       |                  |                     |
| 편의성       | 운영시간이 적절하다      | .775      | 2.121 | 14.139           | .679                |
|           | 주차시설/주차공간이 편리하다 | .747      |       |                  |                     |
|           | 카페 위치가 편리하다     | .588      |       |                  |                     |
|           | 회원적립카드 혜택이 있다   | .552      |       |                  |                     |
| 디저트<br>품질 | 디저트의 질이 좋다      | .796      | 2.053 | 13.688           | .709                |
|           | 디저트의 맛이 좋다      | .753      |       |                  |                     |
|           | 디저트의 종류가 다양하다   | .659      |       |                  |                     |
| 가성비       | 가격대비 가치가 높다     | .871      | 2.042 | 13.613           | .761                |
|           | 가격이 적절하다        | .837      |       |                  |                     |
| 커피 품질     | 커피의 맛이 좋다       | .722      | 1.928 | 12.851           | .796                |
|           | 커피의 향이 좋다       | .627      |       |                  |                     |
|           | 커피의 종류가 다양하다    | .563      |       |                  |                     |

KMO=.717,  $\chi^2=1191.003$ , df=105,  $p<0.001$



### 제 3 절 가설 검증 결과

#### 1. 선택속성이 만족에 미치는 영향

본 연구는 가설 1의 선택속성이 만족에 미치는 영향을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 가설 1을 검증하기 위해 디저트카페 이용객의 선택속성 요인 5개를 독립변수로 하고, 만족을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시하였다.

<표 4-4>와 같이 선택속성의 대한 설명력( $R^2$ )은 .388로 나타났으며, 회귀모형의 F값은 24.570( $p < .001$ )로 유의한 것으로 나타났다. 유의성 검증결과 선택속성의 3개 요인만이 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 편의성과 디저트품질은 비유의적으로 나타났다.

커피품질( $\beta = .465$ ,  $t = 7.676$ )이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 가성비( $\beta = .152$ ,  $t = 2.327$ ), 이미지( $\beta = .151$ ,  $t = 2.422$ )의 순으로 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1은 채택되었다.

< 표 4-4 > 선택속성이 만족에 미치는 영향

| 종속<br>변수 | 독립변수  | 비표준화 계수 |      | 표준화 계수  | t     | p    |
|----------|-------|---------|------|---------|-------|------|
|          |       | B       | 표준오차 | $\beta$ |       |      |
| 만족       | (상수)  | 1.556   | .278 |         | 5.607 | .000 |
|          | 이미지   | .119    | .049 | .151    | 2.422 | .016 |
|          | 편의성   | .050    | .049 | .060    | 1.016 | .311 |
|          | 디저트품질 | .047    | .057 | .053    | .822  | .412 |
|          | 커피 품질 | .307    | .040 | .465    | 7.676 | .000 |
|          | 가성비   | .142    | .061 | .152    | 2.327 | .021 |

$R^2 = .388$ , 수정된  $R^2 = .372$ ,  $F = 24.570$ ,  $p = 0.000$

## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 디저트카페의 선택속성이 만족에 미치는 영향을 연구하기 위하여 선택속성과 만족에 관한 선행연구를 바탕으로 설정한 연구 모형을 검증하기 위해 측정항목 변수들과 만족에 미치는 관계를 검증하고자 하였다. 2019년 5월 부산시가 선정한 부산 낭만카페를 이용한 경험이 있는 고객을 대상으로 설문조사를 통해 자료를 수집한 후 실증분석을 수행하면서 연구의 목적을 달성하고자 하였다. 가설을 검증하기 위해 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석을 실시하여 다음과 같이 나타내었다.

첫째, 빈도분석(Frequency Analysis)을 활용하여 이용고객의 인구통계학적특성을 파악하였다. 둘째, 타당성 분석을 위하여 주성분 분석(Principle component analysis)을 실시하여, 측정항목 26개의 문항들을 5가지 주요요인으로 묶어내어 요인분석을 실시하였으며 일부 요인은 유의한 수준으로 분석되었다. 또, 각 문항들의 신뢰도 검사를 하여 문항간의 신뢰도를 측정하였다. 셋째, 회귀분석(Regression Analysis)을 실시하여 요인분석을 통해 추출된 요인들이 만족에 미치는 영향을 분석하였다.

본 연구의 결과, 디저트 카페 이용객들의 만족도에 유의한 영향을 미친 선택속성은 커피 품질이었고 다음은 가성비와 이미지가 영향을 주었고, 편의성과 디저트품질은 3가지 요인 보다는 비유의 하였다. 낭만카페를 이용하는 고객들은 특징은 커피의 맛과 경치 관광매력도를 찾아가는 젊은 20대와 40-50대 중년층의 고객들이 많음을 알 수 있었다. 낭만카페의 위치상 특징이 바다와 부산의 근대화 역사와 부

산의 스토리텔링을 담고 있는 곳이 많아서 위치적으로 접근성은 다른 선택속성에 비해 낮았다. 디저트품질은 카페마다 선호하는 메뉴가 달라서 카페마다 차이가 났으며, 특색 있는 디저트가 있는 곳은 커피와 디저트가 어우러져 매출의 상승효과를 내는 곳도 있었다.

## 제 2 절 연구결과 및 시사점

### 1. 결론

본 연구의 결과, 디저트카페 이용객들은 커피의 품질이 높은 디저트카페를 선택하였으며, 디저트품질이 뛰어날수록 만족도가 높아짐을 알 수 있었다. 소비자들의 커피에 대한 상식과 선호도가 예전과는 달리 높아짐에 따라 스페셜커피를 원하는 것으로 나타났다. 또한, 디저트카페 명성과 이미지는 디저트카페의 맛과 어우러져 만족에 유의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 과거의 커피는 손님을 맞이하는 음료라고 한다면 현재는 개인의 취향과 기호에 맞는 커피와 함께 디저트를 선택하여 다양한 서비스와 삶의 문화를 즐기는 트렌드이다. 현대인들은 오감을 느끼며 여유로운 행복의 삶을 원한다. 커피는 대중의 문화 매개체로서 커피의 맛(품질)과 이미지(분위기)등 문화와 미적인 것은 모든 영역에 유의한 영향을 주었다. 디저트 카페의 방문고객들이 지불하는 가격에는 커피가격의 생산원가와 광고와 마케팅 등에 투자한 비용도 포함이 되지만, 카페의 이용가치를 고려함에 있어 가격이 적절하며, 시간대비 가격의 가치가 높게 평가되었다. 국내의 디저트커피시장은 애호가들의 음용의 대중화로 경쟁이 치열해지고 있으며 유행 트렌드가 되어 하나의 문화로 정착하면서 창업과 유지와 폐업이 반복할 것으로 예상된다. 소비자들의 기호 수준

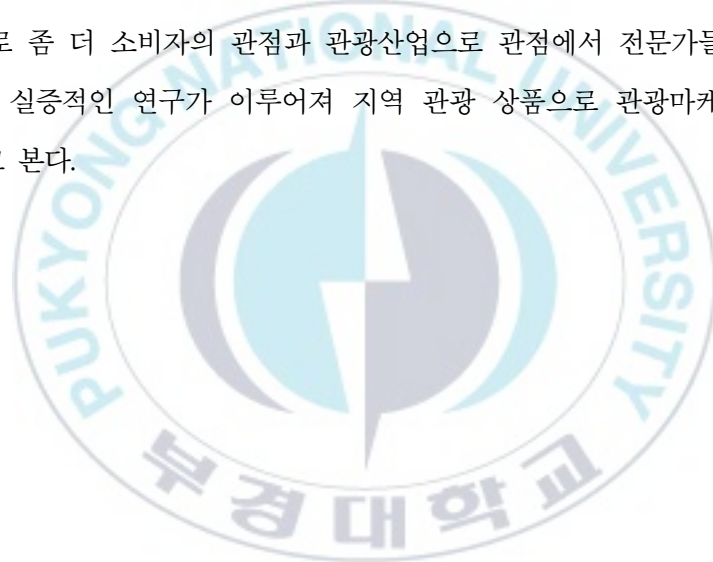
이 높아지고 만족을 시킬 수 있는 다양한 컨셉이 있어야 지속가능한 사업이다. 최근 카페가 지역 문화 관광산업으로 문화와 관광이 함께 하는 독창적인 카페 문화 콘텐츠로 자리 잡힌 곳이 많이 생기고 있다. 부산의 낭만카페 역시 부산의 문화와 자연을 배경으로 복합문화시설로 거듭날 것이다. 따라서 고객의 서비스 요구를 파악하고, 다양한 문화와 서비스로 품질을 높여야 발전 가능한 관광산업으로 가능하다고 본다.

## 2. 시사점

요즘의 프랜차이즈 커피전문점은 똑 같은 이미지와 맛으로 대중 고객들을 맞이하고, 브랜드의 이미지에 선호하는 젊은이들은 유행처럼 디저트 카페를 찾는다. 반면에 과열 경쟁 속에서 살아남기 위한 특색 있는 디저트카페를 찾는 애호가들도 있다. 개성 있는 관광트렌드로 지역카페 관광 상품으로 선정된 카페투어관광을 본 연구에서는 기존의 선행연구들을 기반으로 부산낭만카페에 조사해 보았다. 최근 강원도 같은 곳은 카페가 지역 문화를 대표하는 복합 문화 공간으로 자리 잡고 있다. 부산시는 낭만카페를 선정하여 부산만의 문화와 낭만을 담은 관광 콘텐츠로 개발해 관광 산업과 경제 활성화에 촉매제가 되도록 한다는 차원에서 선정하였다. 선정 당시 계획은 국내외 카페 투어 SNS 운영자 초청 팸 투어는 일본과 함께 할 예정이었지만 한일관계 갈등으로 사정이 어려워지며 현재 외국관광객에게는 아직 관광투어상품으로는 활성화가 되지 못하는 실정이다. 부산시가 선정한 낭만카페투어는 지역별로 관광지와 연계하여 행정기관에서 홍보가 지속적으로 이루어지길 바란다.

본 연구의 학문적 시사점은 선행연구와 같이 커피전문점은 외식산업으로 선택 속성이 만족에 미치는 영향으로 재방문과 지속가능한 면에서는 선행연구와 비슷하

게 결과가 나왔다. 실질적으로 이 기존 연구들을 바탕으로 광관매력물로서 지역사회의 발전가능성과 활성화방안 알아보았다. 본 연구의 분석결과 디저트카페의 선택속성 요인 중 커피의 맛과 분위기는 요인 중 유의한 영향을 미치는 것으로 디저트 카페를 이용하는 소비자들이 단순히 먹는 것에 즐거움을 느끼는 것이 아니라 고품질의 맛과 시각적인 문화적인 요소에 만족을 느끼므로 다양한 맛과 지속적인 이미지 마케팅이 필요하다. 고객의 장기적인 지향성을 높이기 위해서는 주차장의 편의시설과 이미지, 카페의 외관, 안락함, 체계적인 서비스가 필요하다. 본 연구는 5가지 요인으로 고객만족을 확인하였지만, 또 다른 관점에서 요인이 존재 할 수 있으므로, 앞으로 좀 더 소비자의 관점과 관광산업으로 관점에서 전문가들의 연구들로 체계적이고 실증적인 연구가 이루어져 지역 관광 상품으로 관광마케팅에 도움이 될 것이라고 본다.



## 참 고 문 헌

### <국 내 문 헌>

- 강혜숙(2017). 개인 커피전문점 선택속성 요인이 이용고객의 전반적인 만족도에 미치는 영향과 성별 및 연령 차이 검증. 한국외식산업연구, 13(2), 61-78.
- 김기진 · 이정은 · 변광인(2014). 사회적 환경을 포함한 서비스스케프가 고객의 감정반응과 행동의도에 미치는 영향, 호텔경영학연구 101-123(23)
- 김경애(2013). 대안의 매력과 구속력이 이동통신 서비스의 지속적 이용에 미치는 영향, 전남대학교 대학원 학위논문.
- 김광지 · 박규영 · 박기용(2012) 커피전문점 선택속성의 중요도와 성과가 고객만족에 미치는 영향, 외식경영학회, 15(4), 277-295
- 김리경(2012). 고객의 커피전문점 선택속성 평가와 애호도에 관한 연구, 동의대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김명희(2018). 서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구, 부경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김여진(2019). 커피전문점의 서비스품질에 고객 만족도에 미치는 영향, 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영규 · 류영자 (2012). 커피전문점 경영형태에 따른 이용고객의 충성도 비교 연구. 관광연구, 27(5), 23-40.
- 김영균 (2015). 디저트카페 선택속성이 관계질, 행동의도에 미치는 영향, 한국조리학회지, 21(6), 38-48.
- 김예니(2018). 부산지역 커피전문점의 물리적환경, 고객만족, 행동의도에 관한 연구, 한국관광레저학회 (14)433-446



- 김장하 · 구완희 · 임관혁(2013). 커피전문점의 물리적 환경이 고객만족과 행동적 반응에 미치는 영향연구, 관광레저연구, 25(8),461-478
- 김준석 · 최성환 (2011). 커피 전문점의 브랜드 개성이 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 한국조리학회지 17(1), 124-141
- 김현철(2019). 한식 디저트카페의 물리적 환경과 서비스 품질이 고객 행동의도에 미치는 영향, 한국관광산업학회, (22)81-102
- 백림정 · 박태수 · 한지수 (2017). 호텔에서 고객경험이 고객만족, 고객감동 및 긍정적 구전에 미치는 연구, 관광연구저널 31.8, 193-206.
- 서장호(2018). 서비스품질과 코스관리품질 그리고 시설 및 이용요금이 골프장 영업에 미치는 영향, 인천대학교 대학원 석사학위논문.
- 손송이(2014). 디저트카페의 메뉴품질이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향, 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 손유진(2006). 커피전문점에 대한 선택속성과 고객만족에 관한 연구, 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 신아현(2018). 디저트카페의 선택속성에 대한 만족이 재방문의도에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 신우진 · 문소연(2011). 프랜차이즈 커피전문점의 입지특성이 매출액에 미치는 영향 분석, 부동산학연구. 17(2),111-123
- 양위주(2019). 피어, 해양관광이 해양문화와 융합된 매력물, 한국학술정보.
- 윤중석(2017). 외식소비성향이 디저트 카페 선택속성에 미치는 영향,한국조리학회지 Culinary Science & Hospitality Research, 23(7),31-41.
- 예지수(2010). 소비자 가치에 따른 후식류의 선택속성 행동, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 위연(2019). IPA분석기법을 활용한 중국인의 커피전문점 선택속성이 행동의도에 미치는 영향, 호남대학교 대학원 석사학위논문.

- 이미란(2018). 커피전문점 소비자의 감성이 신뢰와 만족, 재이용 의도 및 추천의도에 미치는 영향, 동의대학교 대학원 석사학위논문.
- 이은용 · 이수범 (2011). AHP를 이용한 프랜차이즈 커피전문점 선택속성에 관한 탐색적 연구 , 호텔경영학연구. 20(4),183-200.
- 이정실(2013). 외식고객의 지각된 가치, 신뢰, 몰입 그리고 행동의도에 관한 연구, 관광레저연구 25(5),71-88
- 이형래 · 서용모(2013). 와인전문레스토랑의 서비스 스케이프, 고객만족 및 재방문 요인에 대한 IPA 분석: 대전지역을 중심으로, 외식경영연구, 16(4),161-184.
- 임현호 · 양동휘(2016). 식생활 라이프스타일에 따른 디저트 카페의 서비스 품질 특성이 소비행동에 미치는 영향 연구, 한국조리학회지 22(7), 148-157
- 전경철(2017). 디저트카페의 상품 선택속성이 만족과 장기 지향성에 미치는 영향, Culinary Science & Hospitality Research, 23(5), 140-150.
- 전영직 · 박영기(2017). 외식산업의 서비스 인식이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향-대전을 중심으로, 호텔리노트연구 15(2), 295-311
- 정승민 · 배금광(2018). 프랜차이즈 유무에 따른 디저트카페를 방문하는 고객의 선택속성이 만족과 재방문의도에 미치는 영향에 대한 연구, 한국조리학회지 24(10), 96-106
- 정영우(2006). 커피전문점 만족도 및 고객 충성도에 미치는 요인에 관한 연구, 한국조리학회지, 12(4), 1-17
- 정승연 · 황선진(2014). 자기감시성, 선발브랜드의 인지더, 광고모델 유형이 미투브랜드의 구매태도에 미치는 영향, 한국복식학회 22-34(13)
- 조시영 · 전재균(2016). 브랜드 개성에 따른 디저트 카페의 포지셔닝 분석. 관광학연구, 40(4), 29-42
- 진양호(2000). 패밀리레스토랑의 선택속성과 재방문 가능성에 관한 연구, 한국조리학회지, 6(2), 157-173



- 최육희(2016). 고객감정이 고객행동의도에 미치는 영향, 서비스마케팅저널  
10(1), 5-15
- 최환석 · 조주은(2010). 기내 수행 서비스 품질, 지각된 가치, 만족, 행동  
의도간 인과관계에 관한 연구-경쟁모델 비교연구, 관광학연구  
34(5), 243-264
- 한지혜 · 주성윤 · 정주희(2016).커피전문점의 선택속성이 고객만족도와 충  
성도에 미치는 영향 연구, 호텔경영학연구 25(6), 199-215
- 황보영 · 김보영(2010). 외식산업 내 디저트 브랜드 마케팅 성공 전략에  
관한연구, 상품학연구, 28(6), 13-28
- 황장선 · 도선재(2009). 소비자들에게 커피전문점의 의미는 무엇이며, 어떻  
게 이용하는가?, 옥외 광고학연구, 6(3), 61-106
- 허용덕(2009) 와인&커피 용어해설, 백산출판사
- 한국외식산업경영연구원(2016)
- 한국콘텐츠진흥원 (2014)

### < 국 외 문 헌 >

Anderson, N. W.(1981). Foundations of information integration theory.

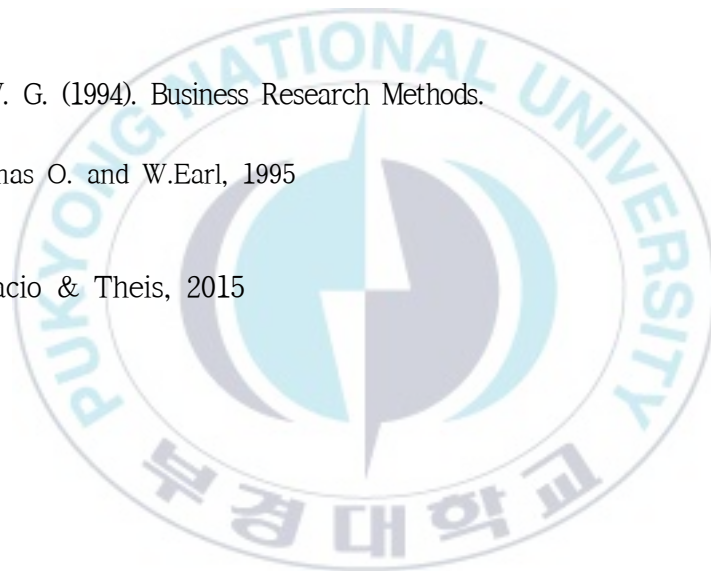
Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of marketing research, 460-469.

Oliver, R. L.(1993). ” Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response,” Jour, 20(3), 418-430.

Zikmund, W. G. (1994). Business Research Methods.

Jones, Thomas O. and W.Earl, 1995

Payne-Palacio & Theis, 2015





## 디저트카페 설문지

본 설문지의 내용은 통계법 33조(비밀의 보호)에 의거 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호되며 통계작성 외의 목적으로 사용되지 않습니다.



안녕하십니까?

먼저 귀하의 소중한 시간을 할애하여 본 설문에 응해 주신데 대하여 감사의 말씀을 드립니다. 본 설문은 **카페에 대한 이용객 평가**를 위해 작성된 것입니다.

본 설문 내용에 따른 귀하의 개인적인 사항은 모두 익명으로 처리됩니다. 따라서 설문 내용과 관련된 귀하의 **비밀은 절대 보장**되며, 학문적인 목적 외에는 사용되지 않습니다. 귀하의 성실한 응답은 저의 학위 논문 연구에 소중한 자료로 활용될 것입니다.

다시 한 번 바쁘신 중에도 불구하고 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

2019년 8월

연구자 : 부경대학교 경영대학원 석사과정 김병래  
지도교수 : 부경대학교 경영학부 전재균

1. 가장 최근에 이용하신 카페를 체크해주시시오.

- ① 프랜차이즈 카페 (스타벅스, 투썸플레이스, 커피빈, 엔제리너스, 파스쿠찌, 탐앤탐스, 스미스 등)
- ② 개인 카페 (모모스커피, 테라로사, 제이엠 JM, 신기산업 등)

※ 위 체크한 카페를 대상으로 아래 질문에 응답해주시기 바랍니다.

II. 다음은 카페의 속성에 관한 항목입니다. 동의하는 정도에 따라 해당 번호에 '√'표하여 주십시오.

| 선택 속성 항목 |                    | 전혀<br>그렇<br>지<br>않다 | 대체<br>로<br>그렇<br>지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체<br>로<br>그렇<br>다 | 매우<br>그렇<br>다 |
|----------|--------------------|---------------------|--------------------------|----------|--------------------|---------------|
| 1        | 커피의 맛이 좋다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 2        | 커피의 향이 좋다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 3        | 커피의 종류가 다양하다       | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 4        | 원두의 종류가 다양하다       | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 5        | 디저트의 맛이 좋다         | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 6        | 디저트의 질이 좋다         | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 7        | 음료 종류가 다양하다        | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 8        | 디저트 종류가 다양하다       | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 9        | 건물 외관이 매력적이다       | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 10       | 실내 인테리어가 좋다        | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 11       | 좌석이 편안하다           | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 12       | 화장실이 청결하다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 13       | 서비스가 신속하다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 14       | 종업원이 청결하다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 15       | 서비스가 친절하다          | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 16       | 종업원의 커피에 대한 지식이 높다 | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 17       | 라테 아트 기술이 탁월하다     | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |
| 18       | 가격대비 가치가 높다        | ①                   | ②                        | ③        | ④                  | ⑤             |

|    |                  |   |   |   |   |   |
|----|------------------|---|---|---|---|---|
| 20 | 가격이 적절하다         | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 21 | 운영시간이 적절하다       | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 22 | 주차시설/주차 공간이 편리하다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 23 | 카페 시설이 편리하다      | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 24 | 이 카페의 인지도가 높다    | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 25 | 이 카페의 이미지가 좋다    | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 26 | 이 카페의 명성이 높다     | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Ⅲ. 다음은 카페 이용의 전반적 만족도에 관한 항목입니다. 동의하는 정도에 따라 해당 번호에 ‘√’표하여 주십시오.

| 만족도 항목 |                        | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 대체로<br>그렇지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|--------|------------------------|-----------------|------------------|----------|------------|-----------|
| 1      | 이 카페 이용에 대해 전반적으로 만족한다 | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 2      | 이 카페 이용은 기대한 것보다 좋았다   | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 3      | 이 카페에서의 경험에 대해 만족한다    | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 4      | 이 카페 선택한 것에 만족한다       | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |

Ⅳ. 다음은 카페에 대한 재방문의도에 관한 항목입니다. 동의하는 정도에 따라 해당 번호에 ‘√’표하여 주십시오.

| 재방문의도 항목 |                             | 전혀<br>그렇지<br>않다 | 대체로<br>그렇지<br>않다 | 보통<br>이다 | 대체로<br>그렇다 | 매우<br>그렇다 |
|----------|-----------------------------|-----------------|------------------|----------|------------|-----------|
| 1        | 향후에도 이 카페를 방문하고 싶다          | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 2        | 이 카페를 주위 사람에게 추천할 것이다.      | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 3        | 다른 사람에게 이 카페에 대해 좋게 말할 것이다. | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 4        | 다음에 기회가 된다면 다시 방문할 것이다.     | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |
| 5        | 친구/친지와 함께 다시 방문하고 싶다        | ①               | ②                | ③        | ④          | ⑤         |

V. 다음은 귀하의 일반적 사항에 관한 질문입니다. 해당 번호에 '√'표하여 주십시오.

|   |                          |                                                |                                                         |
|---|--------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1 | 귀하의 성별은?                 | ① 남성                                           | ② 여성                                                    |
| 2 | 귀하의 연령은?                 | ① 20대<br>④ 50대                                 | ② 30대<br>⑤ 60대 이상                                       |
| 3 | 귀하의 최종 학력은?              | ① 고졸 이하<br>④ 대학원 졸업 이상                         | ② 전문대학 재학 및 졸업<br>③ 대학교 재학 및 졸업                         |
| 4 | 귀하의 결혼 여부는?              | ① 미혼                                           | ② 기혼<br>③ 기타                                            |
| 5 | 귀하의 월 평균 소득은?            | ① 2백만원 미만<br>④ 4백만원 이상~5백만원 미만<br>5백만원 이상      | ② 2백만원 이상~3백만원 미만<br>③ 3백만원 이상~4백만원 미만<br>⑤             |
| 6 | 귀하의 직업은?                 | ① 자영업/판매/서비스 직<br>④ 전문/자유직<br>⑦ 기타/무직          | ② 기능/작업직<br>⑤ 가정주부<br>③ 사무직<br>⑥ 학생                     |
| 7 | 카페에 대한 정보는 주로 어디에서 얻습니까? | ① 주변사람의 추천<br>④ 여행사<br>⑦ 소셜미디어 (인스타그램, 페이스북 등) | ② 인터넷<br>⑤ 과거 개인경험<br>③ TV/라디오/신문<br>⑥ 홍보책자<br>⑧ 기타 ( ) |
| 8 | 이번에 누구와 함께 방문했습니까?       | ① 혼자서<br>④ 이웃/친목/종교 단체                         | ② 가족<br>⑤ 기타 ( )<br>③ 친구(직장동료)/연인                       |
| 9 | 이전에 이 카페를 방문한 적이 있습니까?   | ① 예                                            | ② 아니오                                                   |

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다!