

Print ISSN: 2233-4165 / Online ISSN: 2233-5382
doi:http://dx.doi.org/10.13106/ijdb.2019.vol10.no4.67.

A Study on the Structural Relationship between Quality of Medical Service, Perceived Risk, Reputation and Customer Satisfaction in Small and Medium Hospitals

중소병원의 의료서비스 품질, 지각된 위험, 평판, 고객만족의 구조적 관계 연구

Ae-Jun Park(박애준)*

Received: March 15, 2019. Revised: April 04, 2019. Accepted: April 05, 2019.

Abstract

Purpose - This study attempted to construct and validate a structural model of the relationship between the quality of medical services, perceived risk, reputation and customer satisfaction, which is the main concept of the relationship between large hospitals as well as small and medium hospitals and medical consumers. Through this verification, the small and medium hospitals are to find the way for wise coping in competitive situation with large hospitals.

Research design, data, and methodology - This research developed a hypothesis by constructing a structural equation that reaches the satisfaction and the relationship between reputation of perceived risk and perceived risk of service quality perceptions of customers of small and medium hospitals. Research data were collected through a questionnaire survey of respondents who had medical service experience from small and medium hospital. A total data of 252 respondents were used as the sample for the final analysis and analyzed using SPSS 23.0 and AMOS 23.

Results - As a result, the relationship of quality of medical service, reputation, and customer satisfaction among small and medium hospitals was consistent with the results of precedent studies, and the perceived risk has a significant impact on reputation, so the greater the perceived risk, the higher the preference for reputable medical institutions as large hospitals. In addition, it was found that the direct route from perceived risk to customer satisfaction was not significant, and reputation was found to have a full mediating effect on perceived risk and customer satisfaction. Customers who use small and medium hospitals prefer to use reputable medical institutions if their perceived risk is high, which is different from risk perception when specific targets are specified.

Conclusions - In terms of the effect from customer satisfaction, not only the path of perceived risk → reputation → customer satisfaction, but also the quality of service quality → reputation → customer satisfaction. These findings suggest that small and medium hospitals are appropriately responding to competition with large hospitals, rather than focusing on the perceived risks and reputation of customers in establishing and utilizing competitive strategies to create new customers and preserve existing customers

Keywords: Quality of Medical Service, Reputation, Perceived Risk, Customer Satisfaction

JEL Classifications: I11, C12, D12, M31

1. 서론

의료서비스 환경의 시대적 변화에 따라 의료경영 및 의료소비자 행동에 중요하게 영향을 미칠 수 있는 사회제도 및 보건 의료정책도 격변하고 있다. 정부와 건강보험심사평가원 및 의료관련 협회 차원에서도 의료기관인증평가, 환자경험평가, 의

료질평가 등을 통해 의료기관의 의료서비스 품질을 관리 감독하고 있을 뿐만 아니라, 의료기관 차원에서도 주기적으로 고객만족도 측정을 통해 고객만족 제고를 위한 개선 및 향상 활동을 진행하고 있으며, 많은 학자들도 의료서비스에 대한 고객만족에 대해 영향요인을 파악하기 위한 연구를 실시하고 검증해 왔다.

이러한 의료환경 가운데 대형병원으로의 환자 쏠림현상으로 더욱 경영에 어려움을 겪고 있는 중소병원들은 대형병원과의 경쟁이 치열한 의료시장에서 생존하기 위해서 환자중심의 고객만족 경영을 생존과 성장의 필수 요건으로 삼고 있다. 고객만족 경영을 위해 일반적으로 관리되는 평판은 신규고객을 유

* Professor, Dept. of Healthcare Management, Catholic-Kwandong University, Korea.
Tel: +82-33-649-7592, E-mail: ajcosmos62@cku.ac.kr

치하는 역할도 하지만 기존고객을 유지하는 작용도 하며, 환자들이 느끼는 병원에 대한 평판은 고객만족에 대하여 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kang, Rhee, & Kang, 2013). 또한, 다수의 연구자들(Cronin & Taylor, 1992; Kim & Kim, 2012; Seo, 2015)에 의해 고객만족의 선행요인으로 지지를 받고 있는 의료서비스 품질에 대해 살펴보면, 의료서비스 품질은 의료서비스에 대한 고객만족과 함께 재이용 의도 및 타인에 대한 긍정적 구전활동, 추천의향 등의 의료소비 행태가 결정되어 병원의 수익성 제고의 영향요인이 된다. 그러나 지각된 위험을 제외한 의료서비스 품질의 연구만으로는 경영전략을 세우는데 있어 한계가 있는 것으로 파악되었고(Yoo & Suh, 2009), 의료서비스 품질과 지각된 위험은 고객만족과 그에 따른 구매행동에 있어 중요한 변수임을 확인하였다 (Kim, 2015). 의료소비자들의 지각된 위험이 전환의도에 영향을 미치게 되는 연구는 다수 수행되었다(Lee, Kim, Lee, & Kim, 2011; Campbell & Goodstein, 2001). 하지만 의료소비자들의 지각된 위험과 평판, 고객만족의 영향관계를 규명한 연구는 미흡하다. 이에 본 연구에서는 의료서비스를 경험한 고객은 생명과 인체를 다루는 의료서비스 자체에 대한 지각된 위험을 기본적으로 갖고 있다는 파악에 기초하여, 지각된 위험과 의료서비스 품질이 평판을 통해 만족도에 이르는 경로와 영향관계에 대해 연구하고자 한다. 본 연구의 결과는 의료시장 경쟁구도에서 특히 어려움을 겪고 있는 중소병원의 경영자와 관리자들이 마케팅 전략 수립과 고객만족 제고를 위한 개선 및 향상 활동 기초자료 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

2. 선행연구 고찰

2.1. 의료서비스 품질(SERVPERF)

의료서비스 품질 개념이 본격적으로 도입된 1980년대 이후, 서비스 품질에 대해 Cronin and Taylor(1992)는 SERVQUAL에서 기대와 성과를 구성하는 유형성(Tangibles), 신뢰성(reliability), 반응성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)의 5개 차원 22개 항목에서 성과부분 만으로 구성된 자신들의 SERVPERF 척도와 Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985)의 SERVQUAL척도를 비교하기 위하여 4개의 산업군(은행, 패스트푸드, 해충퇴치, 세탁소)을 대상으로 연구하였다. 그 결과, SERVQUAL은 연구대상이 된 4개의 산업 중에서 2개의 산업(은행, 패스트푸드)에 적합한 것으로 나타났으나, 반면, SERVPERF는 4개의 산업 전부에 적합한 것으로 나타났다. 따라서 Cronin and Taylor(1992)는 SERVQUAL의 대안으로서 SERVPERF 모델을 제시하였으며, 실증연구를 통해 SERVPERF 모델의 성능 우위를 주장하였다. 우리나라의 경우 2000년대 전후에 들어 의료서비스에서도 SERVPERF 모델을 이용한 의료서비스 품질 측정이 연구되고 있다. Han, Son, Gu, and Lee(2007) 연구에서는 의료서비스 품질(SERVPERF) → 의료서비스 가치 → 고객만족 → 고객 충성도로 이어지는 경로가 유의한 것으로 나타났다. Kim and Kim(2012)은 의료서비스품질(SERVPERF)에 관한 환자평가와 고객만족의 관계를 실증한 결과 환자의 품질평가는 고객만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, Seo(2015)는 의료서비스 품질(SERVPERF) 향상은 고객만족을 통해 재이용을 증진시키며 나아가 조직 생산성 제

고에 중요한 요인임을 확인하였다.

2.2. 지각된 위험(Perceived risk)

소비자 행동과 관련한 연구에서 위험이란 현실에서 실제로 존재하는 물리적 위험을 포함한 객관적 위험이 아니라 소비자의 주관적 지각위험, 즉 지각된 위험을 의미한다.

Laroche, McDougall, Bergeron, and Yang(2004)의 연구에 의하면 지각된 위험을 사회적, 시간적, 성과적, 심리적, 신체적, 경제적 위험으로 구분하여 고객행동과의 관계를 규명한 연구가 진행되었는데, 신체적, 경제적 위험뿐만 아니라 서비스의 무형성이 지각된 위험에 영향을 미치는 것으로 보고되었다. 또한, 서비스 가격이 높을수록, 서비스 관여도가 높은 상품일수록 고객의 지각된 위험수준은 높으며, 브랜드나 정보를 활용하여 지각된 위험의 감소를 추구한다고 하였다. Yoo and Suh (2009)와 Yom and Lee(2011)는 지각된 위험은 고객만족에 직접적인 영향요인이며, 고객 충성도에는 간접적인 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. Kim(2015)은 저가항공사 소비자들의 지각된 위험(신체적, 심리적, 기능적 위험)이 고객만족에 미치는 영향력에 있어서 신체적 위험, 기능적 위험이 고객만족에 유의한 부정적인 영향을 보였으나, 심리적 위험은 유의한 영향관계가 없는 것으로 분석되었다. Son, Kang, and Ha (2012)는 스마트폰 사용자와 비사용자의 지각된 위험과 고객만족 영향관계에 있어, 사용자의 경우만 지각된 위험이 고객만족에 유의한 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

2.3. 평판(Reputation)

평판이란 기업의 이미지와 연상에 대한 개념을 소비자의 입장에서 초점을 맞춘 것이다(Zeithaml, 2000). 평판(Reputation)은 일반적으로 이미지 정체성, 브랜드 인상 등의 개념들로 혼동되어 사용되고 있다(Grunig & Hung, 2002). Hoeffler and Keller(2003)에 의하면, 기업의 평판은 브랜드와 마찬가지로 불확실성이 높은 의사결정 상황에서 판단에 유용한 단서를 제공하며, 기업과 관련된 이해관계자들 간의 상호작용에 의해 비교적 장기간에 걸쳐 형성된 개념이라 할 수 있다. 실제 병원 외래를 방문하는 사람들은 질병과 관련된 신체적인 위험뿐만 아니라 심리적 위험 등 다양한 위험요인에 노출될 수 있기에 병원의 명성(평판)이나 의료인들의 전문성을 확인하거나 혹은 직원의 친절성, 병원의 첨단 시설과 안전한 환경, 병원을 이용한 사람들의 경험 등 다양한 정보를 탐색하여 불확실한 위험을 낮추려고 한다(Yom & Lee, 2011). Kim, Lee, Kim, and Gang (2008)는 의료기관의 평판>물리적 환경>인적서비스품질>행정서비스의 순으로 고객은 효용가치를 평가하는 것으로 보고하였다. Kim(2012)은 병원의 명성(평판)은 환자의 서비스가치 인식, 환자의 감정반응, 만족도, 재이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. Kang, Rhee, and Hyun (2015)의 연구에서도 명성(평판)은 고객만족과 긍정적인 영향관계임이 주장되었다.

2.4. 고객만족(Customer Satisfaction)

Cronin and Taylor(1992)는 서비스 품질은 고객만족의 선행요소인 동시에 고객만족은 다시 지속적인 이용에 영향을 미친다고 하였다. Alrubaiee and Alkaa'ida(2011)은 의료소비자의

만족과 의료서비스의 질은 서로 구분되어지는 개념이라고 하였다. 의료서비스에서 고객만족에 영향을 미치는 요인과 경로를 연구한 선행연구를 살펴보면, Kim(2009)은 서비스 목적에 따른 대기관리 영향요인 연구에서 고객만족이 대기시간에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었으며, Park, Yang, and Chang (2015)은 고객이 병원 선택시 인적요인과 접근성요인, 외부이미지 요인은 고객만족에 긍정적인 영향을 미쳤고, 효과분석 결과 고객만족은 재이용의도에 직접영향을 주는 것으로 분석되었다. Lee, Yoon, and Jang(2015)은 의료서비스 공정성이 인적서비스 만족도 및 물적서비스 만족도에 영향을 미쳤고, 인적서비스 만족도는 재방문의도와 구전의도 그리고 물적서비스 만족도는 재방문의도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. Yang and Shim(2018)은 서비스품질 → 고객만족 → 행동의도 경로구조가 검증되었다.

3. 연구설계

3.1. 연구모형

본 연구는 선행연구를 기반으로 하여 다음과 같은 연구모형(<Figure 1>)을 설정하였다.

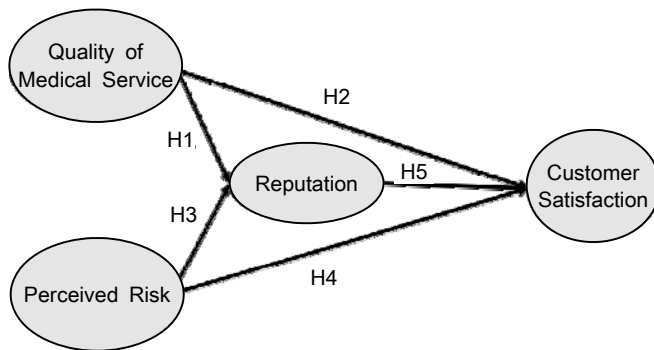


Figure 1: Conceptual framework

3.2. 연구가설

본 연구에서는 중소병원의 의료서비스 이용고객의 의료서비스 품질인식이 평판, 지각된 위험, 고객만족과의 구조적 관계를 선행연구에 기반하여 다음과 같이 설정하였다.

3.2.1. 의료서비스 품질과 평판의 관계

Cronin and Taylor(1992)는 의료서비스 품질이 높아질수록 평판에 긍정적으로 작용하고, 또한 높아진 평판은 서비스품질의 평가에 정(-)의 영향을 미친다고 주장하였다. Kang et al. (2015)가 수행한 의료서비스 품질과 평판의 연관성 연구에서, 인적서비스 및 서비스 스케이프 품질은 서비스 가치와 평판을 통하여 고객만족에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 인적서비스 품질과 서비스 스케이프 품질은 서비스가치와 평판에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이에 본 연구는 평판에 미치는 의료서비스 품질 인식의 영향관계를 파악하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1: 의료서비스 품질은 평판에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 의료서비스 품질과 고객만족의 관계

고객만족이 서비스품질과 어떠한 관계를 형성하고 있는가에 대한 연구들은 상당수가 서비스품질이 고객만족의 선행요인이라고 주장하고 있으며, 다수의 연구들은 서비스품질과 고객만족의 긍정적 관계를 실증하였다(Jeon, Yi, & Lee, 2014; Lee et al., 2015; Seo, 2015). 이에 본 연구에서도 중소병원의 의료서비스 품질과 고객만족 간의 영향관계를 파악하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 의료서비스 품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 지각된 위험과 평판의 관계

소비자들이 위험을 지각하게 되면 다양한 방법을 이용하여 지각된 위험을 감소시키려고 한다. Kim and Song(2009)의 연구에서는 지각된 위험수준이 낮을수록 전환장벽, 이미지, 그리고 고객만족 수준은 높아진다는 가설을 세워 실증분석한 결과, Jung(2015), Ghotbabadi, Feiz, and Baharun(2016) 등의 연구결과와 같이 지각된 위험이 전환장벽, 이미지, 고객만족, 재구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지각된 위험과 평판 간의 영향관계를 파악하기 위해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3: 지각된 위험은 평판에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 지각된 위험과 고객만족의 관계

소비와 연관된 감정은 직접적으로 만족과 불만족에 영향을 미치게 되는데, 지각된 위험과 소비자들의 부정적인 감정 간에는 상당한 관련이 있으며, 지각된 위험과 관련된 감정들은 직접적으로 고객만족에 부(-)의 영향을 미치게 된다(Ghotbabadi et al., 2016). Yoo and Suh(2009)의 연구에서는 소비자들이 지각하는 위험요인들이 고객만족에 부정적인 영향을 미치게 되며 결과적으로 고객이탈의도에 영향을 미치는 것으로 나타나, 소비자들의 신체적이고 심리적인 위험요인 외에도 경제적 및 시간적 위험 등에 대해 이러한 요인들을 감소시키는 방향으로 의료기관들이 노력을 해야 할 것이라고 주장하였다. 따라서 지각된 위험과 고객만족 간의 영향관계를 확인하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4: 지각된 위험은 고객만족에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.5. 평판과 고객만족의 관계

의료서비스는 특수한 유형의 서비스이기에 다른 서비스에 비해 평판에 의한 영향을 크게 받는다. 특히, 환자가 지각하는 의료서비스의 위험도가 높으면 환자는 주위의 의견을 참조하여 병원을 결정하게 된다. 따라서 의료서비스 이용자는 서비스 제공자의 평판이 높은 병원을 선택함으로써 지각된 위험을 감소시켜 신뢰와 만족을 얻으려는 경향을 보이며, 이는 충성도와 재이용 의도를 강화시키는 선순환 구조를 형성할 수 있다. 이러한 관점에서 의료 서비스 제공자의 평판은 환자만족의 선행 변수로 간주할 수 있을 것이다(Kang et al., 2015; Kim et al., 2008). 평판과 고객만족 간의 영향관계를 확인하고자 다음과

같은 가설을 설정하였다.

- H5:** 평판은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6:** 평판은 의료서비스품질, 지각된 위험과 고객만족의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

3.3. 연구대상 및 분석방법

본 연구는 강원도 C 대학교 연구대상자보호 윤리심사위원회(IRB: Institutional Review Board)를 거친 후 2018년 12월 27일부터 2019년 1월 2일까지 7일 동안 온라인 리서치 전문 회사의 패널에 등록되어 있는 중소병원 의료서비스 이용 경험이 있는 응답자들을 대상으로 설문조사를 하여 자료를 수집하였으며, 총 252부의 수집된 자료를 SPSS 23.0과 AMOS 23을 활용하여 분석하였다.

3.4. 측정도구

3.4.1. 의료서비스 품질(SERVPERF)

본 연구에서는 Cronin and Taylor(1992, 1994)의 SERVPERF 모델의 측정항목을 의료서비스에 맞게 수정하여 사용하였다. SERVPERF의 조사도구는 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 반응성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy) 등의 5가지 유형의 측정항목으로 구성되어 있다. 각 측정항목 별로 선행연구를 참조하여 4-6개의 측정문항을 구성(Kim, 2012; Kim & Kim, 2012)하였으며, Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.4.2. 지각된 위험(Perceived Risk)

소비자 행동연구에서 위험이란 소비자의 주관적인 지각 위험, 즉 지각된 위험을 의미한다. 지각된 위험은 구매의사 결정에서 긍정적 또는 부정적인 잠재적 결과에 대한 소비자들이 갖는 불확실성이다(Blackwell, Miniard, & Engel, 2006). 본 연구에서는 선행연구에서 언급한 고객이 인지하는 위험을 알아보기 위해서 Ghotbabadi et al.(2016), Lee, Kim, and Chae (2007)의 연구에 근거하여 4개의 설문문항으로 측정문항(경제적, 심리적, 신체적, 사회적 위험)을 구성하였으며, Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.4.3. 평판(Reputation)

평판은 브랜드자산과 같은 무형의 자산으로 평가되기 때문

에(Fombrun, Gardberg, & Barnett, 2000), 지속적으로 경영성과를 창출할 수 있는 근원으로 받아들여질 것이다. 특히, 환자의 관여도가 높은 전문성이 강한 의료서비스는 기본적인 속성이 경험재에 가까운 성질을 가지고 있기 때문에 환자는 의료 구매를 결정하는 의사결정과정에서 있어 주위의 명성(평판)이나 구전에 의거 구매를 결정할 확률이 매우 높다(Ryu, 2006). 본 연구에서는 Kim et al.(2008), Kim(2012)의 연구를 바탕으로 평판에 대한 측정을 병원에 대한 전반적인 평판, 전문 인력과 최신 장비에 대한 평판, 치료기술 경험에 대한 평판, 수상실적에 대한 평판, 합리적 진료비에 대한 평판, 병원에 대한 주위의 좋은 소문으로 구성하였으며, Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.4.4. 고객만족(Customer Satisfaction)

의료서비스에 대한 고객만족에 대해서는 다양한 연구를 통해 측정되어 왔으며, 대부분의 연구에서는 의료기관에서 제공 받은 서비스에 대하여 고객이 인지하는 전반적인 만족으로 정의하고 있다(Kim, 2012; Kang et al., 2015; Park et al., 2015; Shin, Rhee, & Kim, 2016). 본 연구에서는 Kim(2012), Shin et al.(2016)의 연구를 바탕으로 고객만족에 대한 측정을 전반적인 의료서비스에 대한 만족, 의료진과 행정직원에 대한 만족, 의료기기와 시설에 대한 만족, 병원 이용 결정에 대한 만족, 진료절차에 대한 만족, 환자에게 공감과 안도감, 믿음을 주는 것에 만족, 환자만족을 최우선으로 생각하는 것에 대한 만족으로 구성하였으며, Likert 5점 척도로 측정하였다.

4. 실증분석 결과

4.1. 조사대상 특성

조사대상의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남성이 99명(39.3%), 여성은 153명(60.7%)으로 나타났으며, 연령대는 20대가 50명(19.8%), 30대가 52명(20.6%), 40대가 48명(19.0%), 50대는 52명(20.6%), 60대 이상도 50명(19.8%)로 고르게 분포된 것으로 나타났다. 의료기관 이용행태 항목으로 의료기관과의 접근성으로는 30분 이내 근접한 경우가 131명(52.0%)이었으며, 30분 이상 1시간 미만 거리도 102명(40.5%)으로 나타나 근접성이 중소병원 의료서비스 이용자 특성으로 파악되었다. 진료선택 이유에서도 근접성이 73명(29.0%)으로 가장 높았으며, 본인 경험에 의한 판단도 58명(23.0%)으로 나타났다(<Table 1> 참조).

Table 1: General characteristics of the users(N=252)

Category		Frequency	%	Category		Frequency	%
Age	20's	50	19.8	Reason for selection	near	73	29.0
	30's	52	20.6		personal experience	58	23.0
	40's	48	19.0		family recomm.	37	14.7
	50's	52	20.6		friend recomm.	27	10.7
	over 60's	50	19.8		superior doctors	20	7.9
Accessibility to hospital	in 30 min.	131	52.0		superior facilities	11	4.4
	30min.-1hr.	102	40.5	others	26	10.3	
	1hr.-2 hr.	18	7.1	Gender	Men	99	39.3
	over 2 hr.	1	0.4		Women	153	60.7

4.2. 측정항목의 타당성 및 신뢰성 분석결과

본 연구에서는 우선 의료서비스 품질에 대한 구성개념 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 분석에서는 주성분 분석과 베리맥스(Verimax) 회전방식을 적용하였다. 또한 항목 제거기준은 개별 요인적재값 0.45 이상을 적용하여, 복수 요인에서 이 값보다 높게 나타나 개념타당성을 저해하는 변수를 우선적으로 제거하면서, 누적 분산값 임계치값인 60%를 상회할 때까지 반복적으로 수행하였다.

의료서비스 품질인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성 등 5개 요인에서는 제거된 항목 없이 모두 고유값이 1 이상으로 확인되었으며, 누적분산값도 70.88%로 비교적 높게 나타났다(<Table 2> 참조).

또한 의료서비스 품질 요인의 집중타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석 결과 도출된 5개 요인 및 각 구성항목에 대하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과 모형 적합도를 판단하는 지표값으로 카이제곱(χ^2)=445.178(df=220), GFI=0.861, AGFI=0.826, TLI=0.934, CFI=0.942, NFI=0.893, RMSEA=0.027 등 전반적으로 수용 기준을 만족하는 것으로 나타났다. 집중타당성 판단기준인 평균분산추출값(AVE)과 개념신뢰도(CCR)의 값도 모든 요인에서 AVE이 0.5 이상, CCR이 0.7 이

상으로 산출되어 집중타당성이 확인되었다고 볼 수 있다 (<Table 3> 참조).

또한 도출된 요인에 대한 내적 일관성을 의미하는 신뢰성 분석은 Cronbach's α 를 이용하였으며, 이 값이 일반적으로 0.6-0.7 이상 값일 때 설문 도구에 대한 신뢰도가 확보된 것으로 판단한다. 분석결과 유형성은 0.860, 신뢰성은 0.852, 반응성은 0.869, 확산성은 0.883, 공감성은 0.911로 모두 신뢰성 판단기준보다 높은 것으로 나타났다(<Table 2> 참조).

의료서비스 품질 요인의 경우, 연구모형의 인과관계에 적용하기 위하여 하나의 측정도구로서 의료서비스 품질 요인으로 대입하였으며, 의료서비스 품질과 지각된 위험, 평판과 고객만족을 구성하는 측정항목과 확인적 요인분석을 추가적으로 실시하였다. 분석과정에서 모형 적합도를 저해하는 평판요인의 측정항목인 Rpt5와 Rpt6 항목, 그리고 고객만족 요인에서 Sat3이 제거되었다. 최종 모형의 적합도를 판단하는 지표값으로 카이제곱(χ^2)=470.044(df=203, $p < 0.001$), GFI=0.849, AGFI=0.812, TLI=0.924, CFI=0.933, NFI=0.889, RMSEA=0.033 등으로 전반적으로 기준을 만족하는 것으로 나타났다. 또한 평균분산추출값(AVE)과 합성개념신뢰도(CCR)에서 모두 판단기준인 0.5와 0.7값 이상으로 산출되어 집중타당성이 확보된 것으로 나타났다(<Table 4> 참조).

Table 2: Results of exploratory factor analysis and trust evaluation

abbr. of variable	questions	construct					communality	Cronbach's α
		1	2	3	4	5		
Tng1	up-to-date equipment		0.482				.610	0.860
Tng2	visually appealing facilities		0.697				.715	
Tng3	well dressed and appear neat		0.703				.707	
Tng4	capacity		0.567				.608	
Tng5	sufficient service scape		0.724				.698	
Tng6	convenient to use		0.724				.697	
Rlb1	promises to do what to be done				0.570		.687	0.852
Rlb2	should be dependable				0.504		.789	
Rlb3	provides service in time				0.648		.649	
Rlb4	records accurately				0.671		.688	
Rsps1	advance notification			0.599			.704	0.869
Rsps2	prompt service delivery			0.672			.734	
Rsps3	service on willingness			0.613			.700	
Rsps4	prompt response in spite of peak time			0.680			.738	
Asrns1	employee trust					0.657	.791	0.883
Asrns2	customers feel safe in the transactions with employees					0.659	.778	
Asrns3	politeness					0.524	.694	
Asrns4	adequate support for the job well done					0.476	.633	
Emphy1	gives customers individual attention	0.786					.761	0.911
Emphy2	has operating hours convenient to all customers	0.694					.680	
Emphy3	personal attention	0.791					.762	
Emphy4	customers' best interests at heart	0.807					.786	
Emphy5	sensing customers needs	0.674					.694	
eigen-value		4.71	3.43	3.04	2.62	2.51		
% of Variance		20.48	14.90	13.20	11.38	10.92		
Cumulative % of Variance		20.48	35.38	48.58	59.96	70.88		
KMO and Bartlett's Test		KMO=0.958, Bartlett's test of sphericity ($\chi^2=4,050.42$, $df=253$, $p=0.000$)						

Table 3: Results of confirmatory factor analysis of Quality of Medical Service

Factor	Questions	unstandardized estimate	standardized estimate	S.E.	C.R.	P	AVE	CCR
Tangibles	Tng1	1	0.572				0.508	0.914
	Tng2	1.153	0.729	0.133	8.691	***		
	Tng3	1.253	0.785	0.138	9.082	***		
	Tng4	1.259	0.694	0.15	8.421	***		
	Tng5	1.477	0.721	0.171	8.632	***		
	Tng6	1.408	0.756	0.159	8.881	***		
Reliability	Rlb1	1	0.727				0.532	0.878
	Rlb2	1.196	0.849	0.09	13.24	***		
	Rlb3	0.956	0.645	0.096	9.979	***		
	Rlb4	1.019	0.679	0.097	10.528	***		
Responsiveness	Rsp1	1	0.771				0.615	0.908
	Rsp2	0.967	0.763	0.076	12.793	***		
	Rsp3	1.014	0.792	0.076	13.379	***		
	Rsp4	1.07	0.809	0.078	13.712	***		
Assurance	Asrns1	1	0.823				0.652	0.922
	Asrns2	1.036	0.827	0.066	15.792	***		
	Asrns3	1.169	0.791	0.079	14.766	***		
	Asrns4	1.071	0.788	0.073	14.689	***		
Empathy	Emphy1	1	0.835				0.648	0.760
	Emphy2	0.882	0.784	0.06	14.622	***		
	Emphy3	1.073	0.811	0.07	15.383	***		
	Emphy4	0.952	0.8	0.063	15.07	***		
	Emphy5	0.951	0.795	0.064	14.936	***		
Model Fit	$\chi^2=445.178(df=220)$, GFI=0.861, AGFI=0.826, RMSEA=0.027, TLI=0.934, CFI=0.942, NFI=0.893							

Table 4: Results of the confirmatory factor analysis

construct	factors	unStd. estimate	Std. estimate	S.E.	C.R.	p-value	AVE	CCR
Quality of Medical Service	Empathy	1	0.857			***	0.727	0.969
	Tangibles	0.706	0.721	0.052	13.664			
	Reliability	0.873	0.861	0.048	18.3	***		
	Responsiveness	0.975	0.884	0.051	19.228	***		
	Assurance	1.017	0.926	0.048	21.088	***		
Perceived Risk	Risk1	1	0.839			***	0.563	0.848
	Risk2	1.079	0.883	0.069	15.678	***		
	Risk3	0.988	0.815	0.067	14.687	***		
	Risk4	0.397	0.323	0.08	4.986			
Reputation	Rpt1	1	0.837				0.592	0.913
	Rpt2	0.839	0.649	0.075	11.134	***		
	Rpt3	1.043	0.753	0.077	13.573	***		
	Rpt4	1.167	0.824	0.076	15.424	***		
Customer Satisfaction	Sat1	1	0.789				0.609	0.948
	Sat2	1.064	0.764	0.079	13.433	***		
	Sat4	1.109	0.812	0.076	14.565	***		
	Sat5	1.052	0.739	0.082	12.886	***		
	Sat6	1.113	0.786	0.08	13.949	***		
	Sat7	1.168	0.82	0.079	14.754	***		
	Sat8	1.075	0.747	0.082	13.074	***		
Model Fit	$\chi^2=470.044(df=203)$, GFI=0.849, AGFI=0.812, RMSEA=0.033, TLI=0.924, CFI=0.933, NFI=0.889							

다음으로는 구성개념간 판별타당성 검증을 위하여, 도출된 구성 요인들 간의 상관행렬 값과 요인간 평균분산추출값(AVE)을 이용하여 분석하였다. 즉, 각 요인의 평균분산추출값(AVE)의 제곱근값과 구성요인간의 상관관계를 비교하여, AVE의 제곱근(√) 값이 상관계수보다 높게 나타나는 경우, 해당 요인이 다른 요인과 구분되는 판별타당성을 확보하였다고 할 수 있는데, 본 연구모형을 구성하고 있는 각 요인들의 평균추출값의 제곱근은 각 요인의 상관계수 값보다 높게 나타나고 있어, 구성요인 간 판별타당성에는 문제가 없는 것으로 판단하였다(<Table 5> 참조).

4.3. 구조방정식 모형 분석결과

본 연구에서는 구조방정식 모형(SEM: Structural Equation Modeling)을 이용하여 가설을 검증하였다. 모형의 주요 적합도를 살펴보면, 카이제곱(χ^2)=470.044(p<.001)로 나타났으며, 절대적합지수인 GFI는 0.849, AGFI는 0.812로 나타나 일반적인 수용기준(0.9 이상)에 다소 못 미치는 것으로 나타났다. 하지만, RMSEA=0.033, TLI=0.924, CFI=0.933, NFI=0.889 등으로 전반적으로 모형적합도 기준을 만족하는 것으로 나타났으며, Etezadi-Amoli and Farhoomand(1996) 연구에서는 GFI 0.8 이

상을 인정하고 있다. 따라서, 본 모형의 적합도는 각 구성 개념과 관측변수간의 관계가 실제 자료와 수용가능한 범위에서 부합하고 있는 것으로 추정하였으며, 연구모형 해석에 무리가 없는 것으로 판단하였다.

가설검증결과는 표준화된 경로계수 값과 유의수준을 포함하여 다음의 <Table 6>과 <Figure 2>에 제시하였다. 우선 의료 서비스 품질은 평판에 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화된 경로계수가 0.806(C.R.값=11.001, p-value<.001)으로 나타나 가설 1은 지지되었다. 고객만족과의 관계에서는 의료서비스 품질과 평판이 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 의료서비스 품질과 고객만족과의 관계에서 표준화된 경로계수는 0.575(C.R.값=7.519, p-value=.000)로 나타났으며, 평판과 고객만족과의 관계에서는 표준화된 경로계수가 0.424(C.R.값=6.022, p-value=.000)로 나타나, 가설 2와 가설5를 모두 지지하는 것으로 나타났다. 반면, 지각된 위험과 평판의 표준화된 경로계수는 0.120(C.R.값=2.233, p-value=.026)으로 나타나 통계적인 유의성에서는 문제가 없으나, 가설 설정과 영향관계의 방향이 맞지 않아 기각되었다. 지각된 위험과 고객만족과의 관계에서 표준화된 경로계수는 -0.019(C.R.값=-0.57, p-value=.569)로 나타나 통계적으로 유의한 관계가 나타나지 않았다(<Table 6> 참조).

Table 5: Analysis of the validity

Construct	AVE	CCR	Quality of Med. Service	Perceived Risk	Reputation	Customer Satisfaction
Quality of Med. Service	0.727	0.969	0.853			
Perceived Risk	0.563	0.848	0.027	0.750		
Reputation	0.592	0.913	0.723**	0.131*	0.769	
Customer Satisfaction	0.609	0.948	0.760**	0.056**	0.758**	0.782

* p<0.05, ** p<0.01

Table 6: Results of influence analysis

Hypotheses routes			Std. Estimate	S.E.	C.R.	P	remark
H1	Quality of Med. Service	→ Reputation	0.806	0.094	11.001	***	Supported
H2	Quality of Med. Service	→ Customer Satisfaction	0.575	0.098	7.519	***	Supported
H3	Perceived Risk	→ Reputation	0.120	0.1	2.233	.026	Rejected
H4	Perceived Risk	→ Customer Satisfaction	-0.019	0.062	-0.57	.569	Rejected
H5	Reputation	→ Customer Satisfaction	0.424	0.07	6.022	***	Supported

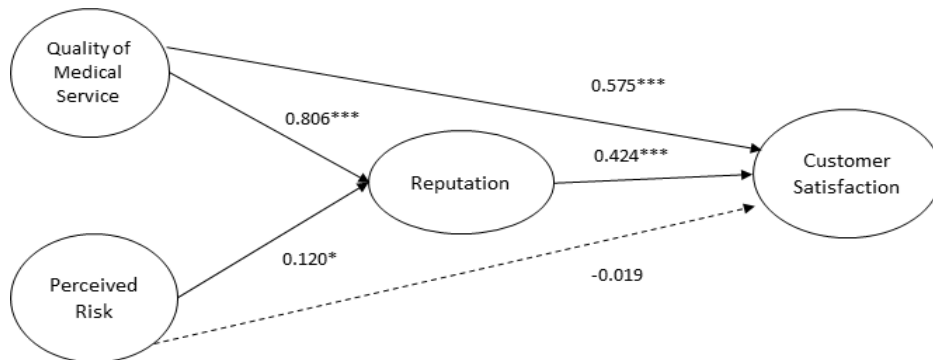


Figure 2: Results of the conceptual framework

Table 7 : Direct and Indirect Effects (H6)

H6	Effects	Customer Satisfaction	Reputation
Effects	Quality of Med. Service	0.925 ^{**} (.004)	0.806 ^{**} (.002)
	Perceived Risk	0.032(0.064)	0.120 [*] (.014)
Direct Effects	Quality of Med. Service	0.575 [*] (.003)	0.806 ^{**} (.002)
	Perceived Risk	-0.019(.534)	0.120 [*] (.014)
Indirect Effects	Quality of Med. Service	0.350 [*] (.003)	
	Perceived Risk	0.051 [*] (.009)	
SMC		0.638	0.886

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

구조모형분석에서 각 경로의 유의성을 확인한 데 이어서 평판의 매개효과에 대해 Bootstrap을 이용한 효과분석 결과, 고객만족에 의료서비스 품질이 미치는 총효과 0.925는 의료서비스 품질이 미치는 직접효과 값(0.575)와 의료서비스품질이 평판을 통해 고객만족에 미치는 간접효과(0.350)로 구성된 0.925(p=.004)로 나타났다. 또한 지각된 위험에 의해 미치는 총 효과는 0.032(p=.064)로 지각된 위험의 직접효과 값인 -0.019(p=.534)와 평판을 통해 미치는 간접효과인 0.051(p=0.009)의 합인 0.032(p=.064)로 나타났다. 평판은 의료서비스 품질과 지각된 위험의 직접효과로만 구성되었으며, 의료서비스품질 0.806(p=.002)과 지각된 위험이 미치는 직접효과 0.120(p=.014)로 나타났다(<Table 7> 참조).

5. 연구결과 논의 및 시사점

본 연구는 중소병원의 의료서비스에 대한 연구로서, 기존 연구에서 대형병원중심으로 적용된 의료서비스 품질, 지각된 위험, 평판, 고객만족의 변인들에 대한 연구를 중소병원의 의료서비스 이용경험자를 대상으로 실증분석을 수행하여 중소병원 이용고객이 느끼는 고객만족에 이르는 경로에서 서비스품질, 평판과 지각된 위험의 관계를 분석하고자 하였다. 의료서비스 경험 고객은 의료서비스 자체에 대한 지각된 위험 수준을 기본적으로 갖고 있는데, 지각된 위험수준이 중소병원에 대한 의료서비스 품질과 평판을 통해 만족도에 이르는 경로와 영향관계에 대해 알아보고자, 구조적 관계에 대해 가설을 도출하고, 타당성이 입증된 측정도구를 사용하였으며, 변수들 간의 관계를 파악하기 위해 경로분석과 평판의 매개효과를 검증하였다. 본 연구결과에 근거하여 다음과 같은 결론 및 시사점을 내려 볼 수 있다.

첫째, 의료서비스 품질은 평판에 유의한 결과를 보였다. 즉, 의료서비스 품질의 5개 차원인 확산성, 공감성, 대응성, 신뢰성, 유행성이 높을수록 평판도 높아질 것으로 볼 수 있다. 이는 Cronin and Taylor(1992)의 의료서비스 품질이 높을수록 평판은 증대되고 또한 높아진 평판은 의료서비스 품질의 평가에서 긍정적 영향을 미친다는 주장과 Kang et al.(2015)의 연구에서 의료서비스 품질은 서비스가치와 평판에 직접적으로 유의한 영향을 미친다는 결과에 부합하고 있음을 확인할 수 있었다.

둘째, 의료서비스 품질에 대한 인식이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서비스품질과 고객만족 간의 관계를 실증한 다수의 연구 결과와 일치하고 (Parasurman et al., 1994; Severson, 2003; Shin et al.,

2016; Kim & Shim, 2017) 있음을 확인할 수 있었다. 본 연구에서는 의료서비스 품질 측정도구를 서비스 질을 측정하고 평가하는데 주로 사용하는 SERVPERF을 이용하여 측정하였는데 좀 더 구체적이고 세부적인 고객만족 향상을 시도하기 위해서는 의료서비스 품질 구성요소를 확장하여 사용할 필요가 있다.

셋째, 중소병원 이용고객의 지각된 위험은 가설설정 방향과는 반대로 평판에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설설정의 배경인 Kim and Song(2009)의 연구결과인 지각된 위험과 종합병원의 이미지간의 부(-)적인 영향관계와는 다르게 파악되었다. 이는 단기적인 차원의 이미지와는 다르게 중소병원을 주로 이용하는 고객은 지각된 위험과 중장기적인 차원의 평판의 관계에서 긍정적인 영향 즉, 위험을 지각하는 수준이 높아지면 평판이 높은 의료기관을 선호하는 것으로 볼 수 있다.

넷째, 지각된 위험은 고객만족에 직접적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Ghotbabadi et al.(2016), Yoo and Suh(2009) 등의 연구에서 제시된 지각된 위험이 고객만족에 부(-)적인 영향을 미치게 된다는 연구결과와 일치하지 않는 것으로 나타났으나, Lee et al.(2007)의 연구에서 의료서비스 전환 장벽 구성 측정변수 중 하나인 지각된 위험이 고객만족과 고객충성도에 대해 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 보고된 결과를 비롯하여, 지각된 위험의 구성요인 중 일부만이 고객만족에 유의한 부(-)의 영향을 주는 것으로 밝힌 Kim(2015)의 연구결과와 Son et al.(2012)의 스마트폰 사용자와 비사용자의 지각된 위험이 고객만족에 주는 영향에 차이가 있다는 연구와 유사한 결과이다. 이러한 결과는 지각된 위험 측정도구로 많이 쓰이는 Kaplan, Szybillo, and Jacoby (1974)의 연구에 이어 Ghotbabadi et al.(2016)이 정의하고 분류한 금전적, 신체적, 심리적, 성과적, 사회적 위험 등의 지각된 위험은 연구자의 개념정의와 측정대상의 차이가 통계적 유의성에서 차이를 가져온 것으로 볼 수 있다.

다섯째, 평판은 고객만족에 유의한 결과를 보였다. 즉, 평판이 높을수록 고객만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이는 의료 서비스 제공자의 명성(평판)은 환자만족의 선행변수로 간주 할 수 있을 것이다(Suh & Kim, 2002)는 주장과 일치한다. 따라서 고객만족을 높이기 위해서는 병원에 대한 평판관리 즉, 적합한 전문인력 충족, 최신 의료장비와 최신 기술, 치료기술과 경험이 많은 의료진 확보, 긍정적 구전 형성을 위한 노력, 과다하지 않은 합리적인 진료비 관리 등의 요인을 높이기 위한 노력이 필요함을 시사해 준다.

여섯째, 평판은 의료서비스 품질과 고객만족의 관계에서는 부분매개효과를 가지며, 지각된 위험과 고객만족의 관계에서는

완전매개효과를 갖는 것으로 나타났다. 이는 의료서비스 품질, 평판, 고객만족, 재이용의도 등의 관계에 관한 연구(Kang et al., 2015)에 부합하는 결과로 확인되었다.

의료서비스와 의료소비자에 관한 연구에서 지각된 위험을 고려한 연구는 다소 미흡한 편이다. 특히, 지각된 위험이 고객만족에 이르는 경로와 효과에 대한 연구는 더욱 그러하다, 본 연구에서 파악한 바에 따르면, 지각된 위험의 수준이 높을수록 지각된 위험을 감소시키기 위해 평판이 높은 의료기관을 선호하고, 이러한 경우 고객만족으로 이어진다는 것을 확인할 수 있었다. 중소병원의 입장에서 볼 때, 지각된 위험수준이 높아 평판이 높은 의료기관을 선택한 고객에 대해서는 서비스 관여도를 고려할 때, 중소병원의 핵심 타겟 고객으로 설정하는 전략을 선택하기 보다는 다른 경로에 대한 우선순위를 높여야 할 것이다. 고객만족에 이르는 총효과의 측면에서도 지각된 위험 → 평판 → 고객만족의 경로가 아닌 의료서비스 품질 → 평판 → 고객만족으로의 경로에 대한 적극적인 사고로 이용고객의 서비스품질 인식을 높임과 동시에 평판도 함께 쌓아가는 것이 대학병원과 상급종합병원과의 경쟁에 활용되어야 할 바람직한 전략임이 확인되었다고 할 수 있다.

본 연구는 중소병원을 이용한 의료서비스 경험자를 대상으로 의료서비스 품질, 지각된 위험, 평판, 고객만족에 대해 구조적 영향관계와 고객만족에 이르는 경로를 파악하는데 그쳤다. 하지만 향후 연구에서는 병원규모별 이용고객을 대상으로 지각된 위험과 평판의 관계에 대한 추가적인 실증연구를 수행할 필요가 있으며, 고객만족도가 재이용 의도나, 긍정적 구전, 충성도 등 실제 고객의 행동의도에 미치는 영향까지 검증하여 중소병원에 좀 더 확장된 실무적 가치를 제공할 필요가 있다.

Reference

- Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F. (2011). The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perceptions of Health Quality-Patient Trust Relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 103-127.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer Behavior* (10th Ed.). Camden CA: Thomson Higher Education.
- Campbell, M. C., & Goodstein, R. C. (2001). The moderating effect of perceived risk on consumers' evaluations of product incongruity. *The Journal of Consumer Research*, 28(3), 439-449.
- Cronin, J. J. Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(July), 55-68.
- Cronin, J. J. Jr., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(Jan), 125-131.
- Etezadi-Amoli, J., & Farhoomand, A. F. (1996). A structural model of end user computing satisfaction and user performance. *Information And Management*, 30(2), 65-73.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Barnett, M. L. (2000). Opportunity platforms and safety nets: Corporate citizenship and reputational risk. *Business and Society Review*, 105, 85-106.
- Ghotbabadi, A. R., Feiz, S., & Baharun, R. (2016). The Relationship of Customer Perceived Risk and Customer Satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1), 161-173.
- Grunig, J. E., & Hung, C. R. (2002). *The Effect of Relationships on Reputation and Reputation on Relationships: A Cognitive Behavioral Study*. Paper presented at the PRSA Educators Academy 5th Annual International Interdisciplinary Public Relations Research Conference.
- Han, S. S., Son, I. S., Gu, J. C., & Lee, S. C. (2007). The Study on the Effect of Health Care Service Quality upon Customer Loyalty: Based upon SERVPERF. *The Asian Journal on Quality*, 35(1), 61-72.
- Hoeffler, S., & Keller, K. L. (2003). The Marketing Advantages of Strong Brands. *Journal of Brand Management*, 10(6), 421-445.
- Jeon, G. I., Yi, H. Y., & Lee, K. T. (2014). The relationship between medical service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *Korean Business Education Review*, 29(4), 416-438.
- Jung, J. H. (2015). Research on Effects of Risk Perception of Designer Brands on Purchase Satisfaction: Analysis of the mediating process of brand attitude and conspicuous purchase behavior through structural equation modelling. *Journal of Digital Design*, 15(3), 71-81.
- Kang, C. H., Rhee, K. G., & Kang, H. G. (2013). A Study on the Effects of Core Factors of Medical Service Quality on Customers' Intention of Reuse. *Korea Journal of Business Administration*, 26(9), 2227-2251.
- Kang, H. S., Rhee, M. S., & Hyun, S. J. (2015). A Study on the Interrelationship Among Healthcare Service Quality, Customer Satisfaction, Hospital Loyalty and the Mediation Role of Medical Service Value and Hospital Reputation. *Korean journal of hospital management*, 20(4), 1-13.
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. (1974). Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of applied Psychology*, 59(3), 287-91.
- Kim, H. G., & Kim, S. W. (2012). A Study of the Effect that Healthcare Service Quality Assessments Have on Customer Loyalty: With a Focus on Patient Awareness of Quality Certifications. *Journal of the Korean Production and Operations Management Society*, 23(4), 419-440.
- Kim, H. S., & Shim, J. H. (2017). The Effects of Service Qualities on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Coffee Shops. *International Journal of Industrial Distribution & Business*, 8(5), 95-109.

- Kim, M. K., Lee, D. C., Kim, S. J., & Gang, M. J. (2008). Effects on Users' Utility Value of Hospital Choice to the Patient's Satisfaction and Intention of Re-visit in Busan. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 10(6), 3387-3398.
- Kim, S. H., & Song, M. S. (2009). A Study on the Causal relationship between perceived risk, wait time, and communication of repurchase intention of medical consumers. *Academy of customer satisfaction management*, 11(2), 19-47.
- Kim, S. C. (2009). A Study on the Service Waiting: Focus on Medical Services, *Academy of customer satisfaction management*. *Journal of Distribution Science*, 7(2), 45-61.
- Kim, S. S. (2012). A Study on the Structural Relationship among Service Quality, Service Value, Reputation, Emotional Response, Customer Satisfaction and Repurchase Intention: Focused on The Moderating Effect of Service Relationship in Healthcare Services. *Korean management science review*, 29(2), 105-125.
- Kim, S. Y. (2015). A Study on Service Quality, Perceived Risk, Customer Satisfaction, and Repurchasing Intention of Analysis in Low Cost Airline: Moderating Effects of Reference Price. *Northeast Asia Tourism Research*, 11(4), 155-176.
- Laroche, M., McDougall, G. H., Bergeron, J., & Yang, Z. (2004). Exploring how intangibility affects perceived risk. *Journal of Service Research*, 6(4), 373-389.
- Lee, S. H., Kim, H. M., & Chae, Y. M. (2007). The Modifying Effect of Switching Barriers in Customer Loyalties in Medical Services. *Health Policy and Management*, 17(3), 68-86.
- Lee, S. H., Kim, J. N., Lee, G. H., & Kim, S. M. (2011). A Study on the Effects of the Factors Affecting the Selection of Medical Institute on Perceived Risk and Switching Intention. *Health Service Management Review*, 5(2), 1-13.
- Lee, W. I., Yoon, K. C., & Jang, K. H. (2015). An Effect of Service Justice on Medical Service Satisfaction and Customer Loyalty. *Korea Logistics Review*, 25(4), 135-147.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), pp. 41-50.
- Park, K. M., Yang, J. H., & Chang, D. M. (2015). The Effects of Hospital Choice Factors on Customer Satisfaction and Revisiting Intention in General Hospitals. *The Journal of the Korea Contents Association*, 15(8), 375-388.
- Ryu, J. G. (2006). A Study on Factors in Selecting Recuperation Hospital of Aging Society. *Journal of Marketing Management Research*, 11(2), 101-130.
- Seo, M. R. (2015). The Effects of Local General Hospital Service Quality on Customer Revisit Intention-Focused on Busan. *The Korean Association for Local Government Studies*, 19(3), 243-268.
- Shin, S. H., Rhee, K. G., & Kim, C.T. (2016). The Mediation Effects of Emotional Attachment and Patient Satisfaction in Outpatients Choice of Small- and Medium-sized Hospitals. *Korea Journal of Business Administration*, 29(12), 1849-1869.
- Son, H. Y., Kang, M. S., & Ha, H. Y. (2012). Effects of Perceived Value and Perceived Risk on Customer Satisfaction and Behavioral Intention: A Comparison between Smartphone Users and Smartphone Non-Users. *Journal of Marketing Management Research*, 17(3), 69-92.
- Suh, C. J., & Kim, Y. H. (2002). A Study on the Relationships between Hospital Reputation and Its Service Quality, *Journal of the Korean Production and Operations Management Society*, 12(3), 125-152.
- Svensson, G. (2003). A generic conceptual framework of interactive service quality. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(4), 267-275.
- Yang, S. K., & Shim, J. H. (2018). The Effects of Service Qualities on Customer Satisfaction, Trust, and Behavioral Intention in Smartphone Shopping Malls. *International Journal of Industrial Distribution & Business*, 9(12), 31-43.
- Yom, Y. H., & Lee, K. E. (2011). Causal Relationships Among Perceived Risk, Satisfaction, Switching Cost and Loyalty in Outpatient Health Services. *The Journal of Korean Nursing Administration Academic Society*, 17(4), 516-523.
- Yoo, D. G., & Suh, S. W. (2009). The effect of medical service quality and perceived risk on customer satisfaction, repurchase intention, and churn intention as to hospital sizes. *Journal of the Korea Service Management Society*, 10(3), 97-130.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service Quality, Profitability and Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need To Learn. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), pp.67-85.