

# 트리콜로지스트의 전문성이 두피모발관리 서비스이용에 미치는 영향

최혜진<sup>1</sup> · 권오혁<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>한성대학교 일반대학원 미디어디자인학과, 박사과정

<sup>2</sup>한성대학교 뷰티디자인매니지먼트학과, 교수

## Effect of Trichologist's Expertise on Scalp and Hair Care Service Usage

Hye-Jin Choi<sup>1</sup> and Oh-Hyuk Kwon<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup> Ph.D. Course, Dept. of Media Design, Hansung University

<sup>2</sup> Professor, Dept. of Beauty Design Mnagement, Hansung University

In modern society, the importance of scalp hair care is increasing. Therefore, we would like to suggest a direction for improving the expertise of trichologists as a way to meet the demand for customized scalp and hair care services. In this study, a total of 298 questionnaires were used as frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, regression analysis, and correlation analysis data through SPSS 26.0. analyzed. The survey results regarding the use of scalp and hair care services are as follows. First, trichologist expertise was classified as a single factor, and service use intention was classified as perceived usefulness and subjective normative factors. Second, the higher the expertise of the trichologist, the greater the effect of the intention to use the scalp and hair care service on the perceived usefulness factor and the subjective normative factor. In conclusion, we hope that more research will be done to strengthen the expertise of the trichologist, a senior workforce in the rapidly evolving beauty and health care industry.

**Keywords:** Expertise, Perceived usefulness, Service intention, Subjective norms, Trichologist

### I. 서 론

남녀노소를 막론하고 현대인들은 건강한 아름다움을 추구하며, 과학의 발달로 인하여 일상은 더욱 더 편리하고 간편해진 것이 사실이다. 이러한 생활의 이면에는 환경오염, 질병, 스트레스 등 다양한 문제들로 인하여 탈모를 경험하는 사람들의 수는 지속적으로 증가하고 있다(Wi, 2020). 다수의 탈모인들은 두피모발관리의 필요성을 높게 인식하고 서비스에 대한 요구도 또한 높은 편이다(Song, 2020). 셀프 뷰티·헬스케어 하는 홈케어(homecare)족 또한 증가하고 있지만(Song & Kim, 2017) 대부분의 탈모인들은 자신의 두피에 대해 어떠한 제품을 사용해야 할지 정확하게 모르고 있는 실정이기 때문에 오프라인 상에서 전문가를 통하여 추천을 받거나 나와 비슷한 고민을 가진 사람의 후기나 경험을 참고하여 제품 및 두피모발서비스를 구매하는 실정이다(Choi, 2019). 두피모발관리는 ‘전문적 관리’이

며 서비스이용 경험자의 두피모발상태는 만족도에 영향을 미치지 못하지만 전체 84.0%가 전문 관리사가 필요하다고 인식하였다(Kim & Ham, 2021). 또한 획일화된 서비스가 아닌 고객 개인별 맞춤형 두피모발관리 서비스의 활성화가 필요하다(Ko, 2018). 실증적으로 고객만족도를 규명한 결과 두피 및 헤어케어 샵의 ‘전문성’이 가장 중요한 관계마케팅 요인으로 확인되었다(Jeong, 2020).

코로나 블루 시대에도 성장을 거듭하고 있는 뷰티·헬스케어 산업에서 AI로 대체할 수 없는 전문 인력의 요구도는 매우 높으며 이러한 인간간의 상호작용을 통한 서비스영역에서 고급 인력의 확보는 서비스의 질을 결정하는 중요한 요인이다(Shin, 2018). 지금까지 전문관리사와 관련된 연구는 주로 간호사, 요양보호사와 같은 의료, 간병 분야에서 이루어지고 있으며, 뷰티·헬스케어 서비스업의 성장으로 업무의 전문화와 세분화에 따라 두피모발관리사(트리콜로지스트)가 등장하였으나 이에 관련된 연구는 미비한 실정이다.

본 연구의 목적은 트리콜로지스트의 전문성이 고객의 두피모발관리 서비스 이용에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석하여 전문성이 중요한 요인임을 규명하고 나아가 해당산업에

\*Corresponding author: Oh-Hyuk Kwon

Tel : +82-2-760-4150

E-mail : beauty67@hansung.ac.kr

접수일(2021년 6월 29일)/수정일(2021년 8월 13일)/채택일(2021년 9월 23일)

서의 고급 인적자원 확보와 마케팅적 측면의 기초자료로써 도움이 되고자 함이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 전문성

전문성은 형성되면 멈추는 정적 상태가 아니라 역동적인 것으로 용어 자체는 ‘되어 있는 상태’가 아니라 ‘되어 가는 과정’이며 특정 요인들의 상호작용에 의해 지속적으로 발전해 가는 과정이다(Kim, 2014). 트리콜로지스트는 고객의 두피모발 관련 질환에 대해 자세하게 상담하여 상태의 개선을 위한 계획을 수립하고 체계적으로 관리하는 전문가로서 개인의 유형에 맞는 차별화된 시술과 두피모발 제품을 자체적으로 개발하기도 한다. 두피모발관리는 상담, 진단, 두피 스케일링(scaling) 및 연화단계, 세정, 영양공급, 마사지, 진정 및 흡수, 홈케어 및 사후 관리의 과정으로 진행된다(Ko, 2018). 전문성을 요구하는 항목에는 인체 생리학, 화학, 영양학, 모발과 피부 생리학 등의 지식, 두피·모발 진단 및 분석을 위한 전기 이론 및 컴퓨터 활용, 전문기구의 사용, 정보관리 프로그램에 능숙, 첨단장비의 원리와 사용법이 있으며, 모발학에 대한 체계적인 이론을 바탕으로 두피마사지 테크닉과 친절한 고객 서비스를 제공하기 위한 서비스 및 상담력, 개인정보관리법 등이 해당된다(You, 2008). 본 연구에서 전문성은 전문지식, 관리능숙, 시술테크닉, 새로운 기술, 상담력 등을 통합하여 단독요인으로 정의 하였다(Lee & Kim, 2017).

### 2. 서비스이용

서비스는 직접적으로 만족이 창출되는 무형의 것(Regan, 1978)이며, 효익과 만족을 가져다 주는 판매를 위해 제공되는 활동으로(Kotler & Philip, 2000) 이러한 서비스는 인간의 욕망을 직접적으로 충족시켜준다(Seo & Kim, 2012). 서비스품질은 단순히 결과만 가지고 평가하는 것이 아닌 서비스를 제공받는 모든 과정에서 연속적으로 작용한다(Yang & Jung, 2020). 소비자들 서비스 이용을 지속적으로 사용하지 않으면 기업들은 비용과 시간을 낭비 할 뿐 아니라 그로 인한 이윤을 얻을 수 없으며, 고객 유지율이 5% 상승하면 마케팅 비용은 18% 감소되고 이윤은 25~95%까지 증가함이 증명되었다(Reichheld & Scheffer, 2000). 지속적 이용의도는 충성도에 포함된 변수로 개인이 특정 제품이나 서비스를 계속 사용하려는 정도이다(Ren Zhina, 2016).

본 연구에서는 서비스이용의 구성요소를 인지된 유용성과 주관적 규범으로 구분하여 연구하였다. 지각된 유용성은 만족과 지속적인 이용의도의 중요한 결정요인이다(Hwang, 2020).

인지된 용이성은 인지된 유용성을 매개로 사용에 대한 태도와 사용의도에 영향을 미치며 마지막으로 사용 의도는 실제 사용에 영향을 미친다(Ahn, 2020). 따라서 서비스나 제품을 사용하고 난 이후에 사용자가 만족감을 형성하게 되면 앞으로도 지속적인 사용을 할 가능성이 높아진다고 할 수 있다(Ryu, 2018). 본 연구에서는 선행연구를 토대로 개인 맞춤형 두피모발관리 서비스를 이용함으로써 자신의 두피모발 건강이 향상될 것이라고 믿는 정도를 인지된 유용성이라 정의 하였다(Kim, 2009). 주관적 규범은 대부분의 사람들이 어떤 문제에 있어서 개인이 행동하거나 하지 않아야 한다는 그들의 지각을 의미한다(Venkatesh & Davis, 2000). 이는 사회적 영향 또는 사회적 압력으로 표현되기도 한다(Park & Joo, 2009). 보통 사람들은 특히 자신이 중요하다고 생각하는 가까운 주변인의 의견과 순응 동기가 주관적 규범에 직접적인 영향을 끼치며 그들에게 행동을 인정받고 지지 받을 때 행동의도가 높아진다(Lee, 2019). 본 연구에서는 ‘내게 중요한 사람들의 두피모발관리 서비스에 대한 긍정적인 생각에 따른 의향이 있음’을 주관적 규범으로 정의 하였다(Park & Kim, 2018).

## III. 내용 및 방법

### 1. 연구문제

본 연구는 트리콜로지스트의 전문성이 두피모발관리 서비스 이용에 미치는 영향을 분석하기 위한 것으로 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 조사대상의 일반적 사항을 알아본다. 둘째, 전문성, 서비스이용의 타당성 및 신뢰도를 알아본다. 셋째, 전문성이 서비스이용에 미치는 영향을 알아본다.

### 2. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 실증분석을 위한 자료는 서울과 수도권지역에 거주하며 두피모발관리실을 비롯한 이·미용실에서 두피모발관리를 받아 본 경험이 있는 20~60대의 성인을 대상으로 연구자가 온라인과 오프라인을 병행하여 자기기입식 설문조사를 실시하였으며, 2020년 10월 20일부터 2020년 11월 4일까지 총 350부의 설문지를 배포하고, 그 중 불성실한 조사 답변 및 판명불가의 설문 52부를 제외한 298부를 최종 데이터로 활용하였다.

### 3. 측정도구 및 자료 분석방법

본 연구의 측정도구로는 Lee(2016)의 트리콜로지스트의 전문성, Kim(2017)의 서비스이용 설문문을 참고로 5점 리커트 척도가 사용 되었고 Cho(2020)의 인구통계학적 특성은 명목척도로 연구자가 재구성하였다. 수집된 자료는 SPSS 26.0을 통해 분석

되었으며 조사대상의 인구통계학적 특성을 알아보기 위한 빈도분석, 전문성 및 서비스이용 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석을 위한 요인분석(주성분, Varimax), 신뢰도분석(Cronbach's Alpha), 독립변수와 종속변수의 상관관계를 파악하기 위한 상관관계분석, 요인들의 영향관계를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다.

#### IV. 결과 및 고찰

##### 1. 조사대상자의 일반적 사항

조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 다음 Table 1과 같다. 성별은 남성 37.6%, 여성 62.4%로 나타났다. 연령은 40대 35.6%, 30대 20.8%, 50대 19.5%, 20대 18.4%, 60대 5.7% 순으로 나타났으며, 최종학력은 고졸 39.9%, 대졸 26.5%, 전문대졸 22.8%, 대학원 재학이상 10.8%로 나타났다. 결혼 여부는 기혼 49.7%, 미혼 42.2%, 기타 8.1% 순으로 나타났으며, 직업은 직장인 32.9%, 기타 23.2%, 학생 17.8%, 전문직 16.4%, 자영업 9.7% 순으로, 월 평균 소득은 300만 원 미만 26.3%, 100만 원 미만 23.4%, 200만 원 미만 22.0%, 400만원 미만 14.5%, 400만 원 이상 13.8% 순으로 나타났다.

##### 2. 전문성, 서비스이용의 타당성 및 신뢰성

###### 1) 전문성의 타당성 및 신뢰성

트리콜로지스트의 전문성에 대한 12문항의 분석결과는

**Table 1.** Demographic Characteristics of the survey

		(N=298, %)	
	Category	N	%
Gender	Male	112	37.6
	Female	186	62.4
Age	20's	55	18.4
	30's	62	20.8
	40's	106	35.6
	50's	58	19.5
	60's	17	5.7
Marital Status	Single	126	42.2
	Married	148	49.7
	Etc	24	8.1
Final education	High school graduation	119	39.9
	College graduation	68	22.8
	University graduation	79	26.5
	Graduate school or higher	32	10.8
Job	Student	53	17.8
	Office workers	98	32.9
	Self Employed	29	9.7
	Professional occupation	49	16.4
	Etc	69	23.2
Monthly income	Less than 1 million won	69	23.4
	Less than 2 million won	67	22.0
	Less than 3 million won	78	26.3
	Less than 4 million won	43	14.5
	More than 4 million won	41	13.8
	Sum	298	100

**Table 2.** Validation of validity and reliability of the expertise of a Trichologist

Question	Ingredient	Commonality
Experts have an active ability to cope with administrative problems.	.818	.669
The expert explains the relevant question in an understandable way.	.813	.661
The level of professional management techniques is satisfactory.	.801	.642
The expert provides a detailed description of the outcome after management.	.792	.627
Experts think they have professional training for customers.	.789	.622
Experts develop new technologies to provide better services.	.775	.601
Experts explain in detail the products used for management.	.765	.585
It doesn't hurt and the pressure is appropriate when managed by an expert.	.760	.577
Experts seem to manage the client's condition appropriately.	.753	.567
Experts create new techniques or utilize trendy techniques.	.735	.540
Makes you feel stable and comfortable when you are under professional care.	.718	.516
The expert accurately and quickly identifies the condition of the scalp and hair.	.609	.370
Eigenvalues	6.976	
Variance Description (%)	58.130	
Accumulated Description (%)	58.130	
Reliability	.933	
Total Cronbach's $\alpha$		.933
KMO = .931 $\chi^2= 3732.967$ (df=66, p=.000)		

Table 2와 같다. 요인분석 결과 KMO 표준 적합도는 .931로 나타났다. Bartlett 구형성 검정결과  $\chi^2=3732.967(p=.000)$ ,  $df=66$ 으로 요인분석이 적합한 것으로 나타났다. 고유 값이 1.0이상인 요인 1개가 추출되었고, 추출된 요인들의 분산 설명력은 58.130% 수준을 보였다. 한편, 문항들의 내적 일치도를 나타내는 Cronbach's  $\alpha$  값은 .933으로 확인되었다.

**2) 서비스이용의 타당성 및 신뢰성**

서비스이용에 대한 연구를 위해 선정된 10문항에 분석결과는 Table 3과 같다. 요인분석 결과 기준에 미치지 못한 1개 문항을 제외한 9개 설문문항에 대한 KMO 표준 적합도는 .814로 나타났다. Bartlett 구형성 검정결과  $\chi^2=1885.573$ , ( $p=.000$ ),  $df=36$ 으로 요인분석이 적합한 것으로 확인되었다. 고유 값이 1.0이상인 요인 2개가 추출되었고, 인지된 유용성 요인의 신뢰도는 .789로, 주관적 규범의 신뢰도는 .865로 나타났다. 추출된 요인들의 총 분산 설명력은 65.187%이며 Cronbach's  $\alpha$ 가 .820으로 신뢰도가 검증됨을 알 수 있다.

**3. 상관관계 분석**

본 연구에서는 각 요인들 간의 관계를 검증하기 위하여 상관관계 분석을 실시하였다.

**Table 4.** Correlation analysis between each variable

	Expertise	Perceived usefulness	Subjective norm
Expertise	1		
Perceived usefulness	.544**	1	
Subjective norm	.178**	.164**	1

\*\* $p < .01$

Table 4는 전문성, 서비스 이용의도 간의 상관관계 분석을 나타낸 표이다.

그 결과 트리콜로지스트의 전문성은 서비스이용의 인지된 유용성( $r=.544$ ,  $p<.01$ ), 주관적 규범( $r=.178$ ,  $p<.01$ )은 정(+)  
의 상관관계로, 인지된 유용성은 주관적 규범( $r=.164$ ,  $p<.01$ )과 정(+)  
의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 전문성이 서비스이용에 통계적으로 유의한 관련성이 있다고 볼 수 있다. 따라서 트리콜로지스트의 전문성이 높을수록 고객의 두피모발관리 서비스이용에 긍정적인 영향을 주는 것으로 해석할 수 있다.

**4. 전문성이 서비스이용의 인지된 유용성에 미치는 영향**

전문성이 서비스이용의 인지된 유용성에 미치는 영향에 대

**Table 3.** Validation of validity and reliability of Service Intention

Question	Ingredient		Commonality
	Subjective norms	Perceived usefulness	
The people that are important to me are will support that I receive Scalp and hair care service.	.884	.117	.795
The people that are important to me are will understand that I receive Scalp and hair care service.	.817	.081	.674
The people that are important to me are will recommend that I receive Scalp and hair care service.	.793	.029	.630
The people that are important to me will receive Scalp and hair care service When they have a problem with their scalp .	.760	.183	.611
I am willing to follow positive thoughts about Scalp and hair care services for people who are important to me.	.737	.277	.619
When I receive a scalp massage, it promote blood circulation and will be beneficial to health.	.011	.842	.709
When I take care of my scalp and hair, my scalp and hair health It will be better than it is now.	.104	.829	.697
When I get managed by a professional, my scalp hair It will help improve my condition.	.172	.736	.574
It will help relieve stress When I take care of my scalp and hair.	.212	.717	.559
Eigenvalues	3.913	1.954	
Variance Description (%)	43.478	21.709	
Accumulated Description (%)	43.478	65.187	
Reliability	.865	.789	
Total Cronbach's $\alpha$		.820	
KMO = .814 $\chi^2=1885.573$ ( $df=36$ , $p=.000$ )			

**Table 5.** The effect of professionalism on perceived usefulness on service use intention

(Dependent variable) Service Intention	Coefficient of non-standard		Standard coefficient	t	p
	B	S.E.	β		
(Constant)	1.143	.240		4.754	.000***
Professionalism	.711	.064	.544	11.127	.000***

*R*=.544, *adj. R*<sup>2</sup>=.296, *F*=123.800(*p*<.001), Durbin-Watson=1.218

\*\*\**p*<.001

**Table 6.** The Effect of Professionalism on Subjective Norms

(Dependent variable) Service Intention	Coefficient of non-standard		Standard coefficient	t	p
	B	S.E.	β		
(Constant)	2.792	.264		10.581	.000***
Professionalism	.218	.070	.178	3.114	.002***

*R*=.178, *adj. R*<sup>2</sup>=.032, *F*=9.699(*p*<.001), Durbin-Watson=1.926

\*\*\**p*<.001

한 회귀분석 결과는 Table 5와 같다.

그 결과 *F*=123.800(*p*<.001), Durbin-Watson 값은 1.218로 하위 요인들 간 자기 상관의 문제가 없는 것으로 확인되어 회귀 모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 상관계수(*R*)는 .544이며 결정계수(*R*<sup>2</sup>)가 .296로 나타나 설명력은 29%이며 전문성은 서비스이용의도의 인지된 유용성에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 ( $\beta$ =.544, *p*<.001) 확인되었다. ‘Park(2016)의 두피관리 서비스에 대한 만족도 조사에서는 두피모발관리사와 두피관리 서비스센터에서 사용하는 제품의 만족도가 가장 높게 나타났다. 이것은 두피모발관리사에 대한 전문적이고 체계적인 제품에 대한 교육과 관리에 대한 교육 및 고객만족 교육이 필요하고, 인재 창출분야에 더욱더 신경 써야 되며 관리사 채용 시에도 중요한 영향을 끼칠 것이다.’ 또한 Yoon(2010)의 연구결과 ‘전문성’을 보고 두피모발관리 시설을 선택한 이용자들이 가장 만족도가 높았으며, 이는 전문적인 두피모발관리 서비스의 유용성을 인지함을 나타낸다.

**5. 전문성이 서비스이용의 주관적 규범에 미치는 영향**

전문성이 서비스이용의 주관적 규범에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 Table 6과 같다.

그 결과 *F*=9.699(*p*<.001), Durbin-Watson 값은 1.926으로 2에 매우 근접한 지수를 나타내고 있어 하위 요인들 간 자기상관의 문제가 없으므로 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 상관계수(*R*)은 .178이며 결정계수(*R*<sup>2</sup>)가 .032로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 3.2%로 전문성은 서비스이용의 주관적 규범에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 ( $\beta$ =.178, *p*<.001) 확인되었다. ‘Park(2016)의 두피모발관리 서비스이용의도 영향

요인에 관한 연구에서 서비스 종사자는 두피모발관리 서비스의 수행의 전과 후에 명확한 성과를 제시할 수 있어야 하며, 서비스 이용 효과에 대한 신념을 정확히 전달할 수 있도록 서비스 품질을 개선해야 한다. 이는 두피모발관리 서비스 이용자의 행동에 있어 주관적 규범이 유의한 행동요인이므로 두피모발관리 서비스 이용의 효과나 효능에 대한 설명이 전달되어야 하며, 심리적 불안과 불편을 최소화 할 수 있는 환경을 만드는 것이 필요하다.’ 따라서 전문성은 주관적 규범을 통한 고객의 지속적인 서비스 이용의도를 높이는데 필수적이라고 사료된다.

**V. 결 론**

본 연구는 서울, 경기 지역에서 두피모발관리 서비스를 이용한 경험이 있는 성인을 대상으로 트리콜로지스트의 전문성을 인식하고 두피모발관리의 지속적인 서비스이용의도를 통한 고객만족과 해당분야의 발전을 위한 마케팅적 방안을 모색해 보고자 하였다. 연구의 결과 트리콜로지스트의 전문성이 두피모발관리 서비스이용의 인지된 유용성 및 주관적 규범에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 지속적인 홈케어를 통해서도 두피모발에 대한 문제점이 해결되지 않을 경우 두피모발관리 전문가를 통한 상세한 상담과 정확한 진단으로 다양한 단계별 프로그램에 맞는 꾸준한 관리로 도움을 받을 수 있도록 하고자 함이다. 결론적으로 관련 업계에는 트리콜로지스트라는 전문적인 고급 인적자원의 활용으로 고객에게는 양질의 서비스를 제공하여 만족도를 높이고자 함이다.

본 연구의 제언점으로는 첫째, 트리콜로지스트의 전문성을 향상시키기 위해서는 제품의 효능, 효과에 대한 전문지식 습득 및 시장세분화와 다양한 고객성향에 따른 서비스교육, 소비자

참여 프로그램의 개발 및 국가기술자격증 제도의 추진이 필요할 것이며 둘째, 개인 맞춤형 두피모발관리에 대한 지속적인 서비스이용의 긍정적인 효과를 인식 시키는 것이 중요하며 셋째, 두피모발관리실, 미용실, 피부과의원, 피부 관리실, 한의원 등에서는 트리콜로지스트의 경력을 기준으로 전문성이 높은 지원자를 선발하여 소비자와의 신뢰를 쌓음으로써 지속적인 이용이 가능할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 마지막으로 합리적이고 다양한 가격대의 개인 맞춤형 두피모발관리 프로그램의 운영 또한 필요할 것이다. 이로써 긍정적인 경영성과를 이끌어내 해당 업계에서 경쟁우위를 선점할 수 있을 것으로 사료된다. 본 연구는 조사 지역의 범위가 서울, 수도권지역으로 한정되어 연구 결과의 일반화를 유도하는 것에 한계가 있으며 고객의 요구사항에 따른 주관적 만족도의 기준이 다르므로 다양한 소비자 유형에 따른 더욱 세부적인 전략 수립의 필요성이 요구된다. 더불어 향후 다각적이고 경쟁력 있는 지속적인 연구를 기대한다.

## References

- Ahn, Y. A. (2020). The Effect of System Design Element Improvement on Senior's Intention to Use Non-face-to-face Services: Focusing on Technology Acceptance Models. Graduate School of Seoul National University, Master's degree in Korea, p.12.
- Cho, M. (2020). The Effects on Customized Cosmetics Selection Attributes and Safety Perception on Purchase Behavior Intention. Konkuk University Graduate School of Technology Master's thesis, p.38.
- Choi, E. (2019). A Study on the Perception of the Customized Cosmetics and the System of Preparation Manager who Dispense the Customized Cosmetics. *Journal of the Korean Society of Aesthetics*, 25(5), 1230.
- Hwang, J. S. (2020). A Study on the Influence of Consumers' Continuous Use Intention on Beauty Contents of Social Media System. Soongsil University Graduate School Ph.D. thesis, pp.22-23.
- Jeong, Y. J., & Song, Y. S. (2020). A Study on the Mediating Effect of Customer Satisfaction and Variables by Relationship Marketing of Scalp & Hair Care Shop's. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 26(5), 980-991.
- Kim, J. H., & Ham, M. Y. (2021). A Study on the Care. Behavior according to the Scalp and Hair Condition, Lifestyle, Dietary Habits and Perception of Hair Loss in Adult Men and Women. *Journal of Health and Beauty*, 15(1), 5-15.
- Kim, K. H. (2017). A study on the Scalp and Hair Management Behavior according to the Lifestyle based on Health Belief model and Transtheoretical Model. Ph.D. thesis at Sungshin Women's University Graduate School, p.28.
- Kim, M. J. (2014). Teacher Evaluation and Teaching Professionalism. Master's thesis of Sungkyunkwan University, p.17.
- Kim, S. G. (2009). The influences of user environments and intrinsic features of smart phone on the perceived usability and receptivity. Graduate School of Advertising and Public Relations, Hongik University, Master's degree in Korea, p.17.
- Ko, M. J. (2018). Effects of the Customer Characteristics on the Scalp and Hair Care Satisfaction. Master's degree in Korea 2018 Nambu University, p.2.
- Kotler & Philip. (2000). Principles of Marketing, 2nd ed. Prentice Hall. p.592.
- Lee, E. J. (2016). The Effect of Professional, Trust, and Communication skills of Beauty Experts on Customer Satisfaction: Kyungil University Graduate School with a focus on the basic vocational skills of the National Competency Standards (NCS). Doctoral dissertation, p.38.
- Lee, E. J., & Kim, J. W. (2017). The Effect of Professionalism, Reliability, and Communication Ability of Beauty Specialists on Customer Satisfaction -Focused on Vocational Competency of Skin Care Specialists. *Asia-pacific Journal of Multimedia services Convergent with Art, Humanities, and Sociology (AJMAHS)*, 7(1), 785-795.
- Lee, J. L. (2019). The Effect of Extended planned Behavior of Customers Using Skin care room on Behavioral intention. Kunkuk University doctoral thesis, p.36.
- Park, H. S., & Kim, S. H. (2018). Technical, Individual and Situational Factors Affecting Intention to Use of Mobile Easy Payment Service : Focusing on the Moderating Effects of Subjective Norms. *Journal of Digital Convergence*, 16(6), 105-115.
- Park, J. H., & Joo, H. S. (2009). Effect That Hotel Customer's Behavior Beliefs and Subjective Norm get in Attitude and Visit Intention : Laying Stress on Planned Behavior Theory. *Korea Tourism and Leisure Association Tourism and Leisure Research*, 21(4), 509-524.
- Park, J. H. (2016). A Study on Factors that Affect Intentions of Using Scalp(alopecia, hair) Treatment Service. Ph.D. thesis from Seokyeong University, p.75.
- Regan, W. J. (1978). The Service Revolution, J. Mark., July. pp.57-62.
- Reichheld, F. F., & Schefter, P. (2000). E-loyalty - Your Secret Weapon on the Web. *Havard Business Review*, 78(4), 105-113.
- Ren Zhina, (2016). The Effect of Hotel Image on Customer Behavioral Intentions according to the Level of Human Service. Sejong University Graduate School Master's Degree in Korea, p.27.
- Ryu, H. C. (2018). The Effect of Online and Offline Service Quality of Car Sharing Service on Continuous Intention to Use. Graduate School of Kyung Hee University, Master's degree in Korea, p.19.
- Seo, S. O., & Kim, Y. J. (2012). Research Paper : The Effects of Communication on Customer Satisfaction and Reuse Intention in Beauty Service. *Journal of the Korean Society of Aesthetics*, 18(3), 632-642.
- Song, I. Y. (2020). Influence of Appearance Concern and Self-Esteem on Scalp Care Behaviors in Men. Graduate School of Sookmyung Women's University, Master's degree in Korea, pp.68-70.
- Song, J. B., & Kim, J. S. (2017). A Study on the Characteristics of Hair and Scalp care by Self-diagnosis in Women. *Korea Beauty*

- Industry Association Beauty Industry Research*, 11(2), 43-64.
- Shin, D. Y. (2018). A study on the Strategy Beauty & Healthcare Infrastructure for the Wellness Tourism Activation : Focusing on Chung ju. Konkuk University Doctoral Thesis, p.105.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance. Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Wi, S. G. (2020). Hair Loss Prevention and Hair Growth Effect According to Scalp Care and Products Used. *Journal of Korean Physical Beauty and Art*, 21(1), 97-110.
- Yang, S. K., & Jung, W. J. (2020) The Effect of Beauty Service Quality Factors on Customer Satisfaction and Reuse Intention of Over 50's Hair Salons. *Journal of the Korean Society of Aesthetics*, 26(3), 524.
- Yoon, S. Y. (2010). Research on Customer Conditions and Their Satisfactory Level in Relevance to Different Hair Treatment Facilities (Focusing on Daejeon). Master's thesis from Konyang University. p.60.
- You, S. Y. (2008). A Study on the Scalp Conditions Dependent on the Perceptions and Habits to Shampoo. Konkuk University Graduate School of Industry Master's Thesis, p.9.