

## 제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

최광수\*

### 국문요약

본 연구는 제주지역의 말고기 레스토랑을 방문한 고객을 대상으로 메뉴품질 중요도가 메뉴만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 빈도분석과 신뢰도 검증, 요인분석 그리고 다중회귀분석을 실시한 연구이다. 연구결과 유의수준에서 제주지역의 말고기 레스토랑의 메뉴품질의 중요도는 메뉴만족도 요인인 본질적 요인에는 적절성(.503)과 제주성(.222)이, 외부적 요인에는 궁급성(.223)요인, 적당성요인에는 적절성(.638)의 요인이 각각 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 메뉴품질에 대한 고객만족도를 높이기 위해서는 재료가 신선하고, 맛이 좋으며, 고객요구를 수용하고, 조리사의 실력이 좋고, 음식대기 시간이 적절하며, 가격의 적당이 제일 중요한 것으로 나타났으며, 제주만의 이미지와 말고기만의 특색있는 메뉴의 구성도 고객만족도를 높이는 것이 나타났다. 이와 같은 연구의 결과는 말고기 레스토랑의 메뉴에 대한 개선방안과 함께 상품화 전략을 제시할 수 있는 기초자료가 될 것으로 사료된다.

---

\* 제주한라대학교 호텔조리과 교수

주제어 : 제주지역 말고기 레스토랑, 메뉴품질 중요도, 메뉴품질 만족도

## I. 서론

향토음식은 특정지역에 기반을 둔 식재료의 소비와 타 산업과의 연계 및 활성화를 토대로 독특한 맛이나 향을 가진 먹거리에서 출발된다. 제주의 말고기와 관련된 외식업 역시 제주의 향토식품 또는 향토음식으로 제주 지역의 역사, 문화적 전통이나 특색을 담고 있어 그 의미와 가치가 크며, 제주지역의 자연·지리적 조건, 역사적 경험, 문화 특성이 어우러지면서 다른 지역의 식품과 구별되는 향토음식으로써 그 의의가 크다고 할 수 있다.

말고기를 이용하는 말 식품산업은 이를 육성하는 정부의 정책에 부응하면서 말 생산을 획기적으로 증대할 수 있다(전성원·최승철·김기현 2013). 말 식품산업에는 농협중앙회가 진출하였으며, 농협중앙회 축 산컨설팅부에서는 전국에 말고기 소비를 위한 말고기 조리법 개발과 표준레시피 작성 등을 추진 중에 있으며, 전국에 말고기 전문 프렌차이즈 레스토랑을 육성하려고 하였다.(축산품질평가원, 2013). 제주도 역시 제주 말고기의 관광 상품화의 일환으로 음식관광 차원에서 관광산업과 음식산업의 융복합적 요소(O'Halloran & Deale, 2014) 산업으로 부각되고 있다.

말고기에 대한 선행연구로는 제주에 소재하는 말고기 전문음식점에서 말고기 먹은 사람을 대상으로 한 소비자 선호와 행태 조사(Oh, Lee, Lee, Ko, & Jeong, 2009)와 말고기를 섭취하지 않은 사람들의 태도와 구매의도 (전성원·최승철·김기현, 2013), 음식선택 속성에 따른 말고기 시장 유형과 말고기 섭취 경험여부에 영향을 미치는 변수 (전성원·최승철, 2014), 마육의 저장 안정성(품질 변화 모니터링) 및 안전성(미생물 오염도)에 대한 연구(Gill & Landers, 2005), 말고기와 백색육 고기의 성분비교 (김도화·김경원·김영훈·김주아·김

준 문광덕, 2015), 말산업 육성법 (류재량, 2013), 말근육 부위별 근섬유 특성 및 등급판정에 따른 육질 분석 (박행철, 2015) 등으로 말고기에 대한 연구가 지속적으로 이루어지기는 하였으나, 말고기를 판매하는 레스토랑을 대상으로 한 연구는 대체적으로 미비하며, 소비자를 대상으로 한 말고기의 메뉴에 대한 연구는 소비자의 기호도 변화에 따른 지속적으로 연구되어야 할 대상으로 사료된다. 더욱이 외식업체에서의 메뉴는 기업에게는 이윤을 주며, 고객에게는 만족으로 주는 레스토랑 상품으로 중점적으로 관리되어야 할 대상이며, 합리적이고 과학적으로 관리되어야 한다.

따라서 다양한 메뉴 품질에 대한 인식과 연구가 필요하며, 이런 다양한 메뉴 품질은 고객 만족을 증대시키게 되며, 특정 레스토랑에 대하여 메뉴품질에 대해 만족한 고객은 만족하지 못한 고객보다 상대적으로 해당 외식업체에 대한 애호도가 생성되기 때문에 결국 재방문이 원천이 될 수 있다 (삼성경제연구소, 2000).

본 연구에서는 제주지역의 말고기 레스토랑을 방문한 고객을 대상으로 메뉴품질이 고객 만족도와 의 영향관계를 파악함으로써 말고기 레스토랑 경영에 있어 보다 효과적인 메뉴 품질 개선 방안과 함께 관광객의 말고기 레스토랑 메뉴상품의 상품화 제안에 연구의 목적을 둔다. 구체적인 연구목적은 고객들이 지각하는 말고기 레스토랑의 메뉴품질 속성에 대해 규명한 다음 이를 바탕으로 제주지역 말고기 레스토랑의 메뉴품질 중요도 요인이 고객만족도에 대한 영향관계를 파악하고자하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 말고기 산업

2011년 기준 농림수산물부에 의하면 제주도내 말고기 소비량은

연간 300톤으로 추정되고 제주도내 40-50개의 말고기 전문음식점이 있으며, 축산물품질평가원 제주지원에 따르면 2011년 777두, 2012년 779두, 2013년 805두가 제주지역에서 말고기 생산을 위해 도축되었다(문광덕 외 2015). 말고기는 우리나라 소비자들 사이에서 마블링이 적고 질긴 고기로 인식되어 선호도가 떨어질 가능성이 있으나(성필남·이종언·박범영·하경희·고문석, 2006), 이는 말고기가 식육을 얻기 위한 목적이 아닌 경주나 역용으로 사용되어지다가 사용수명이 다한 말을 도축하여 얻어져 어두운 육색에 적은 마블링을 가진 말고기를 사용하였기 때문이다. 제주의 말고기 역시 본래 역용이나 경주용으로 이용되어지다가 퇴역한 말을 이용하여 고기를 얻어 식육으로써의 품질이 좋지 않았다(Tateo, De Palo, Ceci, & Centoducati, 2008). 하지만 최근 식육을 목적으로 하는 식육마의 생산함으로써 말고기에 대한 인식도 변화하는 추세이다.

말고기는 세계 80개국에서 생산과 소비가 이루어지고 있으며, 저지방 고단백 식품으로 저칼로리, 저콜레스테롤, 저포화지방산식품이다. 다른 고기보다 칼슘, 철의 함량이 높고, 비타민(A, B12, E)이 풍부하고 글리코겐 및 펩타이드 리놀렌산이 쇠고기의 3배 이상 함유되어 혈중 콜레스테롤 억제 및 동맥경화, 고혈압 등의 각종 성인병 질환을 예방하는데 탁월한 기능성 식품이다(전성원·최승철, 2014). 특히 불포화지방산인 팔미톨레익산(palmitoleic acid)이 많아 혈중 콜레스테롤 감소, 신경통, 관절염, 빈혈 등에 효과가 있다. 또한, 리놀레산과  $\alpha$ 리놀렌산도 많아 혈중 콜레스테롤 수치 저하와 동맥 경화 그리고 심장병을 예방하는 효과가 있다(전성원·최승철, 2014). 말뼈는 골격 형성과 골다공증 예방 및 치료와 관련된 Ca과 Cu 함량을 소뼈의 2배 많이 함유하고 있다(이종언, 2006).

중앙정부는 말산업 육성법 제정(2011년), 말산업 육성 종합계획 수립(2012년) 등을 통해 말 산업을 FTA시대 대표 6차 산업으로 육성하여 일자리 창출, 농촌경제 활성화 등에 기여하기 위한 정책 사업을 집중하고(강승진·정승훈, 2014), 말산업 특구 지정을 통해 제주도가 우리나라 말산업 육성의 선도지역으로 역할을 수행하여, 성장

잠재력과 부가가치가 높은 복합 산업으로 말을 활용한 다양한 서비스 기능 확대를 위한 체계적인 계획 수립과 말 생산·사육(1차 산업), 말 제조·가공(2차 산업), 말 체험·판매(3차 산업)의 연계한(강승진·정승훈, 2014), 6차 산업으로 육성한 모범적인 사례를 창출해야 하는 과제가 대두되고 있다(강승진·정승훈, 2014).

## 2, 메뉴품질

레스토랑에서는 메뉴는 외식업소의 주요한 판매 수단이자 마케팅 도구이며, 고객과의 중요한 약속의 매개 수단이기도 하다. 더욱이 메뉴는 식재료 관리와 연관된 가격 정책과 그에 따른 원가 관리와 깊은 관련을 맺고 있는 내부 통제 수단이다(박기용 2004). 따라서 외식업체에서의 메뉴평가는 외식업체 평가의 가장 기준이 된다. 레스토랑은 고객과 종사자, 서비스가 함께 존재하며, 고객은 서비스를 제공받기 위해 자신의 취향에 맞는 레스토랑을 이용하고, 고객과 종사자 간의 관계를 이루어지도록 하는 것이 메뉴이다(주성민, 2016)

외식업체의 메뉴상품의 평가는 서비스 상품의 이질성적인 특성에 의해 메뉴상품 평가에도 단편적인 측면만을 가지고 평가하기에는 어려움이 있다. 메뉴의 품질은 소비하고 있는 음식의 전반적인 느낌으로 주관적요소와 객관적 요소를 모두 포함하고 있어 측정하기가 어렵다(Ophouis & Trijp, 1995). 따라서 여러 가지 다른 정보요소들을 이용하여야 하며, 이러한 다양한 측면의 요소들이 메뉴 품질 평가에 판단기준으로 이용되어 평가되어야 한다.

제품을 통해 소비자의 욕구를 충족시키고 소비자의 소비 목표를 만족시키는 범위에서 언급되는 개념으로 개별 소비자의 욕구, 목적, 지각 등에 의존하기 때문에 제품의 중심이 되는 것이 아니라 소비자가 중심이 되는 관점에서 품질이란 개념에서 메뉴품질을 이해해야 한다(이승익, 2011).

이용객의 고객만족에 매우 중요한 영향은 메뉴와 가격이 고객가치

이며(정진우·이상정, 2006), 메뉴품질이 높을수록 소비경험에 근거한 평가로서의 고객만족은 높아진다(김광자·조용범, 2007). 이는 외식메뉴에 대한 소비자의 품질지각이 높아질수록 소비자들이 지각하는 메뉴가치는 높아지며, 소비자의 품질지각은 가치지각의 선행변수으로써 구매의도에 영향을 미치는 것을 의미한다. (김영갑, 2008) 따라서 레스토랑 사업에 있어서 메뉴품질에 대한 연구는 고객만족을 통한 이익의 추구뿐만 아니라 레스토랑의 지속적 경영에 지표가 될 수 있다고 할 수 있다.

### 3. 메뉴 만족도

외식산업이 성숙기에 접어들면서 치열한 경쟁과 다양화·세분화 되어진 고객의 요구에 따라 외식기업은 고객만족을 통한 고객과 특별한 관계를 형성하여 많은 효익을 제공함으로써 충성고객을 구축하고자 노력하고 있다(박기용·박봉규, 2005). 고객만족은 고객이 제품 또는 서비스를 구매, 사용, 평가하는 과정에서 경험하는 호의적, 비호의적 감정 또는 태도를 말한다(이승익, 2011).

일반적으로 소비자의 레스토랑 만족도는 과거에 만족했던 서비스에 대한 모든 기억들이 모여져서 기대수준을 형성하며, 대중매체나 소문에 의한 정보들에 의하여 선택이 결정된다. 과거 음식점에서 겪은 서비스에 대한 기억들이 레스토랑 만족도에 영향을 미치며, 기업의 광고나 영업사원이 전달해 주는 서비스에 대한 정보로 새로운 정보를 접하게 되면서 새로운 기대수준을 형성하게 되는 것이다(신일성, 2011).

레스토랑에 대한 고객만족이 높은 외식업체는 장기고객으로 이어지고 장기고객으로 이어진 충성고객은 기업의 지속적인 수익창출에 기여하며, 마케팅 비용의 절감, 고객의 수익증대, 운영비용의 절감, 고객추천 증가, 가격 프리미엄의 증가, 그리고 충성고객이 경쟁사의 가격할인 등 촉진전략에 쉽게 넘어가지 않고 계속 남아 있음으로 해

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

서 발생하는 경쟁 우위 에 있다. (이유재,이청림, 2002)

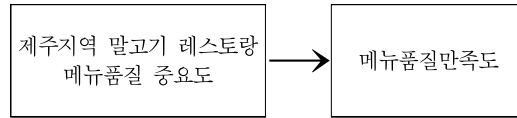
고객만족의 정의는 바라보는 관점에 따라 고객만족을 결과(outcome)로 보는 입장과 과정(process)으로 보는 두 관점으로 나눌 수 있다 . 즉, 고객만족을 구매경험으로부터 얻어진 결과로 정의할 수 있고, 평가과정에 초점을 맞추어 개념을 정의할 수도 있는 것이다(Giese, J. L. & J. A. Cote, 2000).

Zeithaml, Bitner & Gremler(2006)에 의하면 서비스 환경에서 소비자가 느끼는 분위기와 감정의 상태와 같은 요소 뿐 아니라 가족구성원의 의견과 같은 상황적 요소(situationalfactors)들 역시 만족에 큰 영향을 미친다고 한다. 즉 레스토랑 이용객의 만족은 레스토랑에서 파생된 모든 부분에 대한 평가를 통해 만족과 불만족의 판단이 일어나는 것이다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구의 모형 설정

본 연구는 외식업체에서 그동안 지속적으로 제기되어오던 메뉴품질과 관련된 문제로 말고기 레스토랑의 메뉴품질이 중요도가 만족도에 미치는 영향관계로 메뉴품질에 대한 중요도가 높은 수록 만족도 또한 높아지게 된다(이종팔이행순·신민자, 2007). 메뉴품질과 만족도에는 음식의 맛, 음식의 청결성, 음식의 신선도(최수근·이연정·이진형, 2004; 이연정·정우석·김현룡·최수근, 2005), 종사원 서비스(이형우, 2002), 감각, 편의, 영양, 위생(김명희, 2005; 염정수, 2014), 메뉴의 다양성, 건강(염정수, 2014), 물리적 환경 지각(이광우·김효진·전민선, 2015) 등이 평가 분석되었다. 따라서 본 연구는 위의 선행 연구를 바탕으로 다음과 같이 연구모형을 설정하였다.



〈그림 1〉연구모형

## 2. 가설의 설정

박호정(2010)은 호텔연회를 대상으로 메뉴품질의 중요도와 행동 의도 간의 연구를 통해 메뉴 품질을 맛, 가격, 메뉴의 다양성, 독창성, 웰빙요리로 구분했다. 재방문 의도, 구전 의도, 추천 의사에 공통으로 영향을 미치는 요인은 맛과 다양성으로, 호텔연회를 선택하고 추천하는데 많은 영향을 미친다고 할 수 있다. 이를 통해 계절 식재료를 이용한 다양한 메뉴개발과 음식의 맛을 좋게 하기 위해 노력함으로써 호텔의 매출증진과 고객의 만족도에 커다란 영향을 미칠 것이라고 하였다.

이오준(2006)은 현대의 사회 외식 트렌드는 여성고객이 주 타깃이기에 이에 대한 차별적 전략을 세워야 한다고 하였다. 그는 이를 위하여 다이어트와 웰빙에 대한 메뉴 개발 방안이 주요한 키워드이며, 음식의 맛, 식재료, 다양성 등에 대한 고품질 음식의 제공을 통하여 고객만족을 늘려야 한다고 하였다.

염정수(2014)는 특급호텔 한식 레스토랑의 메뉴품질 요인은 만족에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 분석을 하였고, 음식의 질은 물리적 만족도에 큰 영향을 미쳤다고 한다. 메뉴의 다양성, 건강·위생적인 부분은 이용고객의 심리적인 만족도를 높여 준다고 하였다.

본 연구는 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요성을 독립변수로 하고 메뉴만족을 종속변수로 하여 영향력을 파악하고자 가설을 설정하였다.

H: 제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질의 중요성은 메뉴만족에 유

의한 정(+)에 영향을 미칠 것이다.

### 3. 변수의 조작적 정의 및 측정 척도

Parsa와 Njite(2004)는 레스토랑 메뉴 아이템을 선택하기 위하여 제한요소와 선택 요소를 속성으로 제시한 연구결과에 있어 제한요소에는 준거가격범위, 가격제시, 메뉴상품의 위치, 상품의 사진, 개인적 선호 등을 선택요소에는 상품서술, 건강, 종업원의 추천판매, 동행자의 선호, 과거의 경험, 판매촉진, 상품의 시각적 표시를 제시하였으며, 김기영·여운승(2008)은 메뉴상품의 요인을 가격·맛·위생으로 구분하여 인지부조화 측정에 차이별 영향을 조사하여 각각의 요인들이 인지부조화 평가를 달리하고 있음을 알 수 있었다.

메뉴의 품질은 고객의 욕구를 만족시킬 수 있는 음식의 특성 그리고 메뉴 선택속성 등을 고려하여 푸드 코디요인, 웰빙요인, 맛요인 등의 속성을 지닌 것으로 정의하였다(박정훈, 2002).

이철호(1982)는 양, 영양 및 위생, 관능적 요소로 메뉴품질을 측정하였고, 이승익·최수근(2009)은 음식의 질, 메뉴의 다양성, 메뉴의 구성, 메뉴의 설명으로 메뉴품질을 정의하였으며, 김근중(2010)은 남녀 모두 음식의 맛을 중요하게 여겼으며, 다음으로는 메뉴가격, 음식재료, 종업원 서비스, 홍보 능력, 입지의 순으로 제시하였고, 이는 아무리 향토음식이 건강과 웰빙음식이라고 할지라도 음식의 맛이 없다면 결국 향토음식점으로 성공을 할 수 없다고 했다.

따라서 본 연구에서는 제주지역 말고기 레스토랑을 방문한 고객의 메뉴품질이 고객충성도에 미치는 영향을 분석하기 위해 선행연구 Steptoe·Pollard·Wardle(1995), 전성원·최승철·김기현(2013), 송은주(2012), 고영욱(2011), 김기영·여운승(2008), 이오준(2006), 김유희(2011), 김경자(2014) MacLaurin·MacLaurin(2000), Swinyard·Struman(1986)의 연구를 참고하여 레스토랑 메뉴품질의 중요도와 만족도에 대해 음식재료가 신선함, 음식의 영양적 측면, 제주적 이미지,

제주음식으로써의 전통성, 저지방의 음식, 다이어트에 효과적, 보양식 음식, 음식의 양이 적당, 음식의 맛이 좋음, 음식의 온도는 적당, 다른 전문 레스토랑 메뉴와 차별성, 메뉴판은 음식에 대한 설명이 잘 되어있음, 메뉴판의 표기가 명확, 메뉴의 다양성, 메뉴의 독특성, 지불가치가 충분함, 고객의 요구사항을 잘 수용, 조리사의 음식 실력, 음식이 준비되는(기다리는) 시간이 적합, 호기심을 유발하는 메뉴, 독특한 맛을 경험할 수 있는 음식, 과거의 이용경험에 의해 선택, 동행인의 의견에 따라 선택, 사회적인 체면에 따라 메뉴를 선택, 그날의 추천메뉴(프로모션)에 따라 선택, 메뉴의 유명세에 따라 선택, 새로운 음식, 예약의 편리성, 가격의 적당, 제공되는 메뉴의 반찬수가 적당으로 변수를 각각 30가지 항목을 구성하고, 이를 Likert 5점 척도(1점-매우 그렇지 않다, 5점-매우 그렇다)로 측정하였다.

또한 응답자의 인구통계적 특성을 살펴보기 위해 성별, 연령, 직업, 결혼여부, 학력, 가구당 평균소득과 같은 항목을 측정하였다.

선행연구를 바탕으로 최종 확정된 설문지는 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문지 배경

요인	내용	문항	척도	연구배경
메뉴품질 중요도와 만족도	음식재료가 신선함 외	각각 30	5	Steptoe et al.(1995), 전성원·최승철·김기현(2013), 송은주(2012), 고영욱(2011) 김기영·여운승(2008), 이오준(2006), 김유희(2011), 김경자(2014) MacLaurin · MacLaurin(2000), Swinyard · Struman(1986)
인구통계학적 특성	성별, 연령, 직업, 결혼여부, 학력, 가구당 평균소득	6	명목 척도	

#### 4. 자료수집과 통계적 분석방법

본 연구에서는 제주지역의 말고기 레스토랑을 방문한 고객의 메뉴품질에 대해 요인화하고, 이에 따른 메뉴품질에 대해 중요도와 만족도 간에 회귀분석을 실시하였다. 본 조사에 앞서 외식관련 전공 대학원생과 교수를 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 이를 통해 일부 문항의 표현을 수정하고 적절치 않은 문항은 제외하였다.

본 조사는 말고기레스토랑 방문 후 되돌아가는 고객들을 대상으로 실시하였는데, 설문조사 요원 3명을 활용하여 2016년 10월26일~11월 25일까지 30일간에 걸쳐 진행되었다.

표본추출방법은 비확률 표본추출방법의 편의표본추출법을 활용하였으며, 자기기입식(Self-administered questionnaires) 설문이 이루어졌다. 최종적으로 300부의 설문지가 회수되었으며, 이중 연구자가 확인한 결과 설문응답이 불성실한 설문지 25부를 제외하고 275(91.7%)부를 최종분석에 활용하였다.

최종 수집된 자료는 SPSS 21.0 프로그램을 활용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 응답자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 신뢰성 및 타당성을 검증하기 위해 요인 분석과 요인에 따른 신뢰도 분석을 실시하였다. 셋째, 연구가설을 검증하기 위하여 제주지역 말고기 레스토랑의 메뉴중요도의 요인에 대한 상관관계분석과 메뉴만족 요인에 대한 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 1. 표본의 일반적 특성

말고기 레스토랑의 메뉴품질과 고객을 위하여 말고기 레스토랑을 방문한 고객을 대상으로 설문지를 이용하여 실시하였다. 설문지 분석결과 인구통계학적 특성으로는 성별에 따라서는 남성 170명(61.8%), 여성 105명(38.2%)으로 나타났으며, 연령에 따라서는 20-29세 54명(19.6%), 30-39세 63명(22.9%), 40-49세 92명(33.5%), 50세 이상이 66명(24.0%)으로 나타났다.

직업에 따라서는 학생 24명(8.7%), 공무원 15명(5.5%), 회사원 36명(13.1%), 전문직 80명(29.1%), 자영업 66명(24.0%), 전업주부 27명(9.8%), 농임어업 24명(8.7%), 기타 3명(1.1%)으로 나타났으며, 결혼에 따라서는 기혼 185명(67.3%), 미혼 90명(32.7%)으로 나타났다. 학력에 따라서는 고졸이하 60명(21.8%), 고등학교 75명(27.3%), 2년제 대학 113명(41.1%), 대학교이상 27명(9.8%)으로 나타났으며, 가구당 월소득에 따라서는 200만원미만 21명(7.6%), 200-300만원 미만 48명(17.5%), 300-400만원미만 93명(33.8%), 400-500만원 미만 48명(17.5%), 500-600만원 미만 41명(14.9%), 600만원이상 24명(8.7%)으로 나타났다.

<표 2>은 설문에 응답한 표본의 일반적 특성별 빈도와 백분율을 조사한 표이다.

〈표 2〉 연구대상자의 일반적 특성

구분	내용	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	170	61.8
	여성	105	38.2
연령	20-29세	54	19.6
	30-39세	63	22.9
	40-49세	92	33.5

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

	50이상	66	24.0
직업	학생	24	8.7
	공무원	15	5.5
	회사원	36	13.1
	전문직	80	29.1
	자영업	66	24.0
	전업주부	27	9.8
	농·임·어업	24	8.7
	기타	3	1.1
결혼여부	기혼	185	67.3
	미혼	90	32.7
학력	고등학교 이하	60	21.8
	고등학교 졸업	75	27.3
	전문대학	113	41.1
	대학교 이상	27	9.8
가구당 평균소득	200만원미만	21	7.6
	200-300 만원	48	17.5
	300-400 만원	93	33.8
	400-550만원	48	17.5
	500-600만원	41	14.9
	600 만원 이상	24	8.7
		275	100

## 2. 척도의 신뢰도 분석과 타당성 검증

본 연구에서는 신뢰도(reliability)를 검증하기 위하여 내적일관성의 방법 중 하나인 크론바흐 알파(cronbach's alpha)를 사용하였다.

메뉴품질 중요성에 대한 신뢰도 검증 결과 전체에 대한 알파값이 0.961로 나타났으며, 본 연구의 요인분석의 각 구성개념의 타당도를 높이기 위하여 각 척도에 포함된 항목들 가운데 관련 요인 적재값이 .6이상인 문항들만을 변수로 사용하였으며, 요인분석의 한 방법인 주 성분분석을 이용하여, 요인 적재값을 높이기 위하여 요인회전에서 베리맥스(Varimax with Kaiser Normalization)를 실시하였다. 이러

한 분석의 결과로 나타나는 요인에 대한 점수는 고유값(Eigen-value)이 1이상인 요인에 의해 결정되었다.

메뉴품질 중요도에 대한 탐색적 요인분석 결과 Total Variance(%) =65.257, KMO =.831, Chi-square =9016.151, df =666, p<.000으로 나타나 통계상으로 무리가 없는 것으로 나타났으며, 총 30문항 중 18문항이 5개의 요인으로 묶이어 요인명을 각각 요인1을 적절성, 요인2를 건강성, 요인3을 메뉴성, 요인4를 제주성, 요인5를 궁금성으로 각각 명명하였다. <표 3>는 연구단위에 대한 신뢰도검증과 타당성분석을 나타낸 것이다.

〈표 3〉 메뉴중요도에 대한 신뢰도검증과 타당성분석

		적절성	건강성	메뉴성	제주성	궁금성	Cronbach α
1	음식재료 신선함	0.619	0.182	0.132	0.535	-0.038	0.962
2	음식의 맛	0.776	-0.024	0.218	0.228	-0.036	0.962
3	고객요구의 수용	0.781	0.131	0.296	0.049	0.098	0.962
4	조리사의 음식 실력	0.755	0.009	0.356	0.215	0.009	0.961
5	음식 기다림의 적합	0.775	0.198	0.112	0.029	0.188	0.961
6	가격의 적절성	0.712	0.043	0.050	-0.152	0.149	0.962
7	음식의 영양적 측면	0.272	0.703	0.207	0.299	0.230	0.961
8	저지방 음식	0.000	0.794	0.254	0.265	0.280	0.961
9	다이어트에 효과적	-0.004	0.817	0.185	0.103	0.275	0.961
10	보양식 음식	0.292	0.680	0.078	0.166	0.212	0.961
11	메뉴에 대한 표기	0.402	0.366	0.626	0.003	0.169	0.961
12	메뉴의 다양성	0.097	0.253	0.735	0.102	0.290	0.961
13	메뉴의 독특성	0.246	0.179	0.726	0.080	0.308	0.961
14	지불의 가치	0.443	-0.067	0.722	0.055	0.030	0.962
15	제주적 이미지	0.291	0.364	0.088	0.760	0.137	0.961
16	제주음식의 전통성	0.069	0.370	0.183	0.672	0.337	0.961
17	호기심 유발	0.252	0.156	0.358	0.194	0.706	0.961

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

18	새로운 음식	0.150	0.307	0.067	-0.045	0.796	0.962
고유치(Eigenvalue)		16.036	1.766	1.417	1.166	3.76	평균
분산값(%)		43.341	10.163	4.772	3.829	3.152	Cronbach α
누적 분산값(%)		43.341	53.504	58.276	62.106	65.257	
Total Variance(%) =65.257							
KMO =.831 , Chi-square =9016.151 , df =666 , p<.000							

메뉴품질 만족도에 대한 탐색적 요인분석 결과 Total Variance(%) =55.695, KMO =.860, Chi-square =8471.51, df =666, p<.000으로 나타나 통계상으로 무리가 없는 것으로 나타났으며, 총 30문항 중 18문항이 3개의 요인으로 묶이어 요인명을 각각 요인1을 본질성, 요인2를 외부성, 요인3을 적당성으로 각각 명명하였다. <표 4>는 연구단위에 대한 신뢰도검증과 타당성분석을 나타낸 것이다.

<표 4> 메뉴품질 만족도에 대한 신뢰도검증과 타당성분석

		본질성	외부성	적당성	Cronbach α
1	음식재료 신선함	0.640	-0.021	0.263	0.939
2	음식의 영양적 측면	0.680	0.031	0.180	0.939
3	보양식 음식	0.601	-0.094	0.208	0.940
4	음식의 양	0.778	0.083	0.219	0.939
5	음식의 맛	0.698	0.076	0.183	0.938
6	음식의 온도	0.622	0.279	-0.014	0.938
7	메뉴의 차별성	0.766	0.205	0.026	0.939
8	메뉴에 대한 표기	0.732	0.348	0.218	0.938
9	메뉴의 독창성	0.615	0.525	0.125	0.938
10	지불에 대한 가치	0.695	0.124	0.260	0.939
11	고객 요구의 수용	0.748	0.199	0.236	0.938
12	조리사의 음식 실력	0.719	0.354	0.073	0.938
13	음식을 기다리는 시간	0.837	0.170	0.161	0.939
14	독특한 경험	0.672	0.459	0.187	0.938
15	동행인의 의견	0.292	0.639	0.092	0.939
16	추천메뉴	0.119	0.781	0.306	0.939

17	가격의 적당성	0.375	0.141	0.733	0.939
18	제공되는 메뉴의 반찬수가 적당	0.402	0.116	0.642	0.939
고유치(Eigenvalue)		17.352	1.820	1.435	평균 Cronbach α 0.939
분산값(%)		46.898	4.918	3.879	
누적 분산값(%)		46.898	51.816	55.695	
Total Variance(%) =55.695					
KMO =0.860. , Chi-square =8471.51 , df =666 , p<.000					

### 3. 상관관계 분석

구성개념 타당도를 검증하기 위한 상관관계분석 결과 변수 간에는 유의한 상관관계가 존재하고 통계적으로 유의한 수준에서 각 요인의 상관계수가 0.9 이하로 나타나고 있어 구성개념 간에 판별타당성이 있음을 검증하였다(권기준·어윤선·이형룡, 2009). 분석결과 제주성과 건강성(.665)과 유의수준에서 상관관계가 제일 높은 것으로 나타났으며, 궁금성과 건강성(.649)이 다음 높은 순으로 나타났다.

〈표 5〉 상관관계 분석

	적절성	건강성	메뉴성	제주성	궁금성
적절성	1.000				
건강성	0.390***	1.000			
메뉴성	0.609***	0.559***	1.000		
제주성	0.450***	0.665***	0.465***	1.000	
궁금성	0.274***	0.649***	0.540***	0.567***	1.000

\*\*\*p<0.001

## 4. 가설검증

### 1) 메뉴 만족도 본질적 요인에 관한 영향력 분석

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도 본질적 요인에 대한 영향력을 살펴보기 위하여 측정변수에 대한 다중회귀분석을 실시하여 각각의 영향력의 정도를 검증하였다. 회귀식의 독립변수로는 제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도 요인인 적절성, 건강성, 메뉴성, 제주성, 궁금성 요인으로 설정하여 분석을 실시한 결과를 보면 F값이 20.989이며, p-value값이 .000로서 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 R-square값은 0.391로서 회귀식이 적절히 설명하고 있는 것으로 나타났다. 유의수준( $p < 0.05$ )에서 통계적으로 유의한 영향력을 가진 요인은 적절성(.503)과 제주성(.222)이 유의한 것으로 나타났다. 따라서 메뉴품질 요인인 말고기 메뉴에 대한 적절성 요인인 재료가 신선하고, 맛이 좋으며, 고객요구를 수용하고, 조리사의 실력이 좋고, 음식대기 시간이 적절하며, 가격의 적당과 제주성인 제주이미지와 전통성이 고객 만족도 본질적 요인인 재료신선, 영양, 보양식, 음식양, 맛, 온도, 차별성, 메뉴판표기, 메뉴의 독특성, 지불가치, 고객요구수용, 조리사 실력, 음식대기 시간, 독특함 경험에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 말고기 레스토랑의 고객 만족도의 본질적 요인을 높이기 위해서는 메뉴에 대한 품질에 대한 음식의 맛, 재료의 신선함과 서비스에 대한 고객의 요구에 대한 신속한 처리와 시간에 대한 음식대기 시간의 적절함과 제주적인 이미지 관리와 전통성의 계승에 대해서 지속적 관리가 만족도요인인 본질적 요인을 높여야 할 것으로 나타났다.

〈표 6〉 메뉴품질 중요도와 만족도 본질적 요인에 관한 영향력 분석

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	VIF
	B	표준 오차	베타			
(상수)	1.371	0.276		4.967	0.000	
적절성	0.503	0.089	0.502	5.669	0.000***	2.520
건강성	0.028	0.076	0.035	0.371	0.711	2.829
메뉴성	0.086	0.073	0.099	1.171	0.243	2.309
제주성	0.222	0.070	0.280	3.196	0.002**	2.463
궁금성	-0.056	0.066	-0.073	-0.850	0.396	2.397
R <sup>2</sup> =.391, F=20.989, p=.000, Durbin-Watson=2.067						

\* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

## 2) 메뉴 만족도 외부적 요인에 관한 영향력 분석

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도 외부적 요인에 대한 영향력을 살펴보기 위하여 측정변수에 대한 다중회귀분석을 실시하여 각각의 영향력의 정도를 검증하였다. 회귀식의 독립변수로는 제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 요인인 적절성, 건강성, 메뉴성, 제주성, 궁금성 요인으로 설정하여 분석을 실시한 결과를 보면 F값이 10.322이며, p-value값이 .000로서 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 R-square값은 0.235로서 회귀식을 적절히 설명하고 있는 것으로 나타났다.

유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 영향력을 가진 요인은 궁금성(.223) 요인이 유의한 것으로 나타났다. 따라서 메뉴품질 요인인 말고기 레스토랑에 대한 궁금성인 호기심을 유발하는 메뉴이고, 새로운 메뉴가 말고기 레스토랑의 만족도 중 외부적 요인인 동행인에 의견이나 추천메뉴에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 말고기 레스토랑의 만족도 중 외부적 요인을 높이기 위해서는 말고기 레스토랑 메뉴의 신메뉴 개발과 호기심이나 궁금증을 유발하도록 메

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

뉴에 대해서 지속적 관리로 만족도를 높여야 할 것으로 나타났다.

〈표 7〉 메뉴품질 중요도와 만족도 외부적 요인에 관한 영향력 분석

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	VIF
	B	표준 오차	베타			
(상수)	1.241	0.396		3.134	0.002	
적절성	-0.099	0.130	-0.076	-0.765	0.445	2.629
건강성	-0.082	0.095	-0.085	-0.867	0.387	2.565
메뉴성	0.142	0.103	0.126	1.372	0.172	2.228
제주성	0.142	0.096	0.138	1.485	0.139	2.263
궁금성	0.223	0.096	0.231	2.324	0.021*	2.609

R<sup>2</sup>=.235, F=10.322, p=.000, Durbin-Watson=2.295

\* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

### 3) 메뉴만족도 적당성 요인에 관한 영향력 분석

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도 적당성 요인에 대한 영향력을 살펴보기 위하여 측정변수에 대한 다중회귀분석을 실시하여 각각의 영향력의 정도를 검증하였다. 회귀식의 독립변수로는 제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 요인인 적절성, 건강성, 메뉴성, 제주성, 궁금성 요인으로 설정하여 분석을 실시한 결과를 보면 F값이 20.795이며, p-value값이 .000로서 회귀모델이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 R-square값은 0.375로서 회귀식을 적절히 설명하고 있는 것으로 나타났다. 유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 영향력을 가진 요인은 적절성(.638)의 요인이 유의한 것으로 나타났다. 따라서 메뉴품질 요인인 말고기 메뉴에 대한 적절성 요인인 재료가 신선하고, 맛이 좋으며, 고객요구를 수용하고, 조리사의 실력이 좋고, 음식대기 시간이 적절하며, 가격의 고객 만족도 적당성 요인에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 메뉴품질 만족의 적당성 요인을 높이기 위해서는 적절성 요인을 높이

는 것이 필요한 것으로 나타났다.

〈표 8〉 메뉴품질 중요도와 만족도 적당성 요인에 관한 영향력 분석

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	VIF
	B	표준 오차	베타			
(상수)	0.516	0.335		1.541	0.125	
적절성	0.638	0.105	0.518	6.066	0.000***	2.424
건강성	0.085	0.080	0.094	1.068	0.287	2.572
메뉴성	-0.035	0.087	-0.033	-0.405	0.686	2.211
제주성	0.122	0.081	0.125	1.520	0.130	2.260
공급성	-0.083	0.080	-0.091	-1.043	0.298	2.544

R<sup>2</sup>=375, F=20.795, p=.000, Durbin-Watson=1.974

\* p<0.05 \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001

## V. 결론

제주지역 말고기 레스토랑의 메뉴품질 중요도와 만족도에 관련된 연구는 레스토랑의 업종별과 업태별로 다양하게 지속적으로 대두되고 있는 연구과제 중에 하나이다. 본 연구는 말고기 레스토랑에 대한 메뉴품질 중요도가 메뉴 만족도에 미치는 영향력을 살펴봄으로써 제주지역의 말고기 레스토랑의 산업화와 관광 상품화를 위한 효과적인 메뉴 품질 개선 방안과 함께 메뉴상품화 방안을 제안하고자 하였다.

외식업체에서 메뉴는 팔고자하는 근본적인 상품으로 기업에게는 이윤이라는 목표달성을 가져다주며, 고객에게는 고객만족을 주는 레스토랑 운영에 있어 가장 근간이 되는 상품이라고 할 수 있다. 메뉴 품질에 대한 중요도가 메뉴 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 대한 연구는 말고기 레스토랑의 산업화를 위해서는 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

연구결과는 제주 말고기 레스토랑의 메뉴품질 중요도가 메뉴 만족도에 미치는 영향은 일부가설이 채택되었으며, 특히 메뉴품질의 적절성은 메뉴만족도인 본질적요인과 적당성 요인에 영향을 미치는 것으로 나타나, 말고기 레스토랑 메뉴에 대한 적절성을 레스토랑의 QSC의 품질관리와 서비스 그리고 청결과 함께 T의 시간관리 또한 중요한 것으로 나타났으며, 메뉴의 제주성인 제주적 이미지와 전통성은 본질성 요인에 영향을 미치는 중요한 요인으로 나타났다. 이는 제주지역의 말고기 레스토랑 메뉴관리에 있어서는 제주적 이미지의 부각과 함께 전통성을 유지하는 것이 말고기 레스토랑의 메뉴디자인에 있어 중요하며, 이는 타 지역의 레스토랑 운영과 다르게 제주지역의 레스토랑에서 느껴지는 향토성과 지역성이라고 할 수 있다.

따라서 제주지역의 말고기 레스토랑의 고객만족과 재방문, 추천 그리고 구전을 높이기 위해서는 메뉴의 적절성과 제주성에 노력을 해야 하며, 이는 선행연구인 장형심(2013), 김근중(2010), 이승악·최수근(2009), 김기영·여운승(2008) 등의 연구와 동일하게 나타난 품질의 중요성과 함께 제주 만에 지역적 특성이라는 제주성은 선행연구와는 다르게 나타났다.

또한 메뉴품질의 궁급성은 외부적 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 메뉴작업에 있어서 호기심을 자극하는 메뉴나, 새로운 메뉴는 동행인에 의견이나 추천메뉴에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 연구의 결과는 제주지역의 말고기 레스토랑의 메뉴품질 중요도에 따른 메뉴만족과의 관계를 살펴봄으로써 말고기 레스토랑의 메뉴에 대한 개선방안과 함께 상품화 전략을 제시할 수 있는 기초자료가 될 것으로 사료된다. 연구의 한계점으로 제주지역의 말고기 레스토랑을 방문한 고객을 대상으로 하여 도민과 관광객을 나누어 연구를 진행하려고 하였으나 대부분 방문한 고객의 제주도민으로 관광객과 도민을 차별화 연구에서 실패하여 차후 관광객을 중심으로 한 연구를 통하여 다양한 결과를 제시해야 할 것으로 나타났다. 결국 말고기 레스토랑의 메뉴품질 관리 역시 주요에 대한 평가에 있어

濟州島研究 48집

고객만족을 높이기 위해서는 메뉴에 대한 QSC(품질, 서비스, 청결)과 더불어 T(시간적 요인)까지 만족하였을 때 고객 만족도 높일 수 있다는 것을 알 수 있었다.

### 참고문헌

- 강승진·정승훈, 2014, 「제주도 말산업특구 지정에 따른 향후과제」, 『제주발전연구원 정책이슈브리프』 188, 3.
- 강연숙, 2009, 「한식 레스토랑의 메뉴선택속성이 고객만족 및 재방문 의도에 미치는 영향 : 부산지역 관광한식당을 중심으로」, 영산대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 고영옥, 2010, 「외식이용동기 및 메뉴선택속성이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향」, 청운대학교 석사학위논문, 116.
- 권기준·어운선·이형룡, 2009, 「조직후원인식이 신뢰와 직무태도에 미치는 영향」, 『호텔경영학연구』 18(3), 153-170.
- 김경자, 2014, 「약선요리 전문점의 메뉴선택속성이 고객만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향에 관한연구」, 한성대학교 석사학위논문, 87.
- 김광자·조용범, 2007, 「대학교 학생 식당의 서비스 품질, 메뉴 품질, 가격이 고객만족에 미치는 영향」, 『한국조리학회지』 13(3), 127-136.
- 김근중, 2010, 「향토음식 산업의 발전 방안 : 대전, 충청지역 향토음식경영주를 중심으로」, 『한국조리학회』, 16(1), 78-91.
- 김기영·여운승, 2008, 「메뉴상품중 인지부조화에 영향을 미치는 요인」, 『한국관광연구학회지』 22(2), 한국관광학회, 283-297.
- 김도희·김경원·김영훈·김주아·김준문·광덕, 2015, 「백색육(오리고기, 닭고기)과 말고기의 식품학적 성분 비교」, 『한국식품저장유통학회』 22(5), 한국식품저장유통학회, 664.
- 김명희, 2005, 「한식 메뉴상품 품질평가에 관한 연구」, 『외식경영학회지』 8(2), 한국외식경영학회, 173-192.
- 김영갑, 2008, 「가격수준, 소비자지각 및 구매의도간의 구조적 관계 : 외식메뉴를 중심으로」, 『외식경영연구』 11(4), 247-266.
- 김유희, 2011, 「로하스 이미지와 메뉴선택 속성이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향」, 단국대학교 석사학위논문, 85.
- 김종란, 2006, 「호텔 뷔페 레스토랑의 고객 만족도 조사를 통한 재방문 의도에 관한 연구」, 한양대학교 석사학위논문, 1.
- 민계홍, 2010, 「호텔 이태리 레스토랑의 메뉴품질 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향」, 『한국조리학회지』 16(1), 92-103.

- 박기용·박봉규, 2005, 「회원제 레스토랑 고객의 태도, 관계효익 및 고객충성도간의 관계」, 『외식경영연구 8(2), 한국외식경영학회, 85-100.
- 박기용, 2004, 『외식산업경영학』, 서울: 대왕사, 431-432.
- 박정훈, 2002, 「호텔레스토랑 메뉴가치에 관한 연구」. 동국대학교, 49-54.
- 박행철, 2015, 「말근육 부위별 근섬유 특성 및 등급판정에 따른 육질분석」, 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 박호정, 2010, 「호텔 연회 메뉴품질 중요도가 행동의도에 미치는 영향 연구」, 우송대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 삼성경제연구소, 2000, 「서비스 수익모델」. 제임스 헤스켓, 387-409.
- 성필남·이종언·박범영 ·하경희 ·고문석, 2006, 「숙성이 제주마 등심의 육질과 관능적 특성에 미치는 영향」, 『한국동물자원과학회지』, 48(2), 한국동물자원과학회, 287-292.
- 송은주, 2013, 「커피전문점의 푸드 메뉴품질이 가치지각과 행동의도에 미치는 영향」 경기대 대학원 박사학위논문.
- 신일성, 2011, 「유기농식품 구매의 추구편의이 외식산업 메뉴 선택속성과 만족도에 미치는 영향」, 경성대학교 대학원 박사학위논문, 28.
- 염정수, 2014, 「특급호텔 한식레스토랑 메뉴품질이 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향」, 영산대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 유양호, 2014, 「호텔레스토랑의 판매촉진 메뉴품질이 지각된 가치, 신뢰, 관계지속의도에 미치는 영향」, 『관광경영연구 59, 243-263
- 유재량, 2013, 「말산업 육성법 제정 의미와 향후 말산업 발전방향에 대한 연구」, 연세대학교 법무대학원 석사학위논문.
- 이광우. 김효진. 진민선, 2015, 「커피전문점의 물리적 환경이 고객 만족도와 충성도에 미치는 영향」, 『한국조리학회지 21(1), 42-57.
- 이승익, 2011, 「외식기업 메뉴품질과 브랜드 이미지가 가치지각 및 고객만족·재구매 의도에 미치는 영향」, 경희대학교 박사학위 논문, 43.
- 이승익·최수근, 2009, 「패밀리 레스토랑 메뉴품질이 고객만족, 신뢰, 재방문의도에 미치는 영향」, 『한국조리학회지』, 15(1), 16-29.
- 이연정·서운정·주현식·최수근, 2005, 「방한 일본 관광객의 한국전통음식 메뉴품질 만족도에 관한 연구」, 『한국식생활문화학회지』 20(2), 283-291.
- 이연정·정우석·김현룡·최수근, 2005, 「일식레스토랑 메뉴품질에 대한 중요도와 만족도에 관한 연구」, 『한국식생활문화학회지』 . 20(2), 621-626.

제주지역 말고기 레스토랑 메뉴품질 중요도가 만족도에 미치는 영향

- 이오준, 2006, 「호텔한식당관광자의 메뉴선택속성과 선호메뉴에 관한 연구」, 경기대학교, 석사학위논문.
- 이유재·라선아, 2002, 「구매 후 만족도 평가, 기대의 조정, 재구매 의도의 흐름에 관한 연구 : 고객충성도의 조절효과를 중심으로」, 『소비자학연구』, 13(3), 한국소비자학회, 51-78.
- 이유재·이청립, 2007, 「고객만족이 기업성과에 미치는 영향에 있어서 고객충성도 변수의 역할」, 『마케팅연구』, 22(1), 81-102.
- 이종근·배무언, 2006, 「고객-직원, 고객-고객의 관계가 고객만족과 신뢰 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구- 백화점을 중심으로」, 『상업교육연구』, 13(1), 311.
- 이종연, 2006, 「말고기와 말뼈의 영양 특성」, 『농촌진흥청 난지농업연구소 15호』, 『난지농업연구』, 20~22.
- 이종필, 2006, 「특 1급 호텔 뷔페 레스토랑 메뉴품질이 고객의 재방문 의도에 미치는 영향」, 경기대학교 관광대학원, 석사학위논문.
- 이종필·이행순·신민자, 2007, 「호텔 뷔페 레스토랑 메뉴 품질이 고객 가치, 만족, 재방문 의도에 미치는 영향」, 『호텔관광연구』, 9(3):79-93.
- 이지현·이승희·임숙자, 2003, 「패션 제품의 e-CRM에 관한 연구: 신뢰와 관계몰입을 중심으로」, 『한국의류학회지』, 27(6), 685-695.
- 이철호, 1982, 「식품품질관리의 기술적 측면」, 『한국식품과학회』, 15(2), 27-32.
- 이형우, 2002, 「관광호텔 베이커리 메뉴 상품의 영향요인에 관한 연구」, 『외식조리학회』, 8(3), 39-56.
- 장형심, 2013, 「한식 레스토랑의 메뉴품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향」, 한성대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 전성원·최승철, 2014, 「말고기 시장 세분화 및 선택 속성」, 『한국식품유통학회』 제31권 제1호, 식품유통연구, 1~23.
- 전성원·최승철·김기현, 2013, 「말고기에 대한 소비자 태도와 구매의도」, 『농업경영·정책연구』, 제40권 제3호, 한국축산경영학회, 566~591.
- 정강국·김기진, 2016, 「Revised-IPA를 이용한 커피전문점의 서비스품질에 관한 연구: 대구·경북지역 대학생을 중심으로」, 『외식경영연구』, 19(1), 223-242.
- 정우석, 2005, 「일식 레스토랑 메뉴품질에 대한 고객 만족도가 재방문의도에 미치는 영향」, 경주대학교 석사학위논문.

- 정진우·이상정, 2006, 「이태리 메뉴와 요리품질이 고객가치 및 고객만족에 관한 연구」, 『한국조리학회지』 12(1), 173-187.
- 주성민, 2016, 「일식 레스토랑 이용 소비자들의 메뉴선택속성이 소비자 선호도 및 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 『한국조리학회지』 22(4), 354.
- 진양호, 1999, 「한국 커피시장 현황과 21 세기의 비전」, 『한국조리학회지』 제5권 제2호, 12.
- 최성웅·진양호, 2010, 「외식소비자의 건강지향 메뉴가 LOHAS와 약선 음식 및 고객만족에 미치는 영향」, 『한국조리학회지』 14(5), 6.
- 최수근·이연정·이진형, 2004, 「호텔 고객의 뷔페 메뉴품질 만족도에 관한 연구」, 『한국식생활문화학회지』 19(5), 573-586.
- 축산물품질평가원, 2013, 「말산업 동향 브리프 제2호, 제4호: 말고기, 앞으로 등급 보고 고르세요」 2011.4.29일자 보도자료. 『한국마사회 말산업 연구소』.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W., 1993, The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms, *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
- Auh, S., & Johnson, M. D., 2005, Compatibility effects in evaluations of satisfaction and loyalty, *Journal of Economic Psychology*, 26(1), 35.
- Carpenter, G. S., & Lemann, D. R., 1985, A model of marketing mix, brand switching, and competition, *Journal of Marketing Research*, 22, 318-329.
- Dekimpe, M. G., Steenkamp, J. B. E., Mellens, M., & Abeele, P. V., 1997, Decline and variability in brand loyalty, *International Journal of Research in Marketing*, 14(5), 405-420.
- Giese, J. L., & J. A. Cote 2000, Defining Consumer Satisfaction, *Academy of Marketing Science Review*, 1-24.
- Gill, C. O., & Landers, C., 2005, Microbiological condition of horse meat prepared at a North American packing plant, and control of the temperatures of product air freighted to Europe, *Meat Sci*, 69, 501-507.

- Lee, M. K., & Cunningham, L. F., 2001, A cost / benefit approach to understanding service loyalty, *Journal of Services Marketing*, 15(2), 113.
- MacLaurin, D. J., & MacLaurin, T. L., 2000, Customer perceptions of theme restaurant in Singapore, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), 75-85.
- Ministry for Food, 2012, *Agriculture, Forestry and Fisheries*, Other livestock statistics.
- Ministry for Food, 2012, *Agriculture, Forestry and Fisheries*, Slaughter performance according to cattle type.
- Narayandas, N., 1996, *The link between customer satisfaction and customer loyalty: An empirical investigation*, Harvard Business School. Working Paper: ss. 97-107.
- O'Halloran, R. M., & Deale, C. S., 2004, The importance of writing across the hospitality and tourism curriculum, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 4(2), 61-78.
- OH, W. Y., LEE, J. W., LEE, C. E., KO, M. S., & Jeong J. H., 2009, Analysis of consumers' preferences and behavior with regard to horse meat using a structured survey questionnaire, *Animal Science Journal*, 80(6), 716-723.
- Ophouis, A. M., & Trijp, H. C., 1995, Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach, *Food Quality and Preference*, 6(3), 177-183.
- Parsa, H. G., & Njite, D., 2004, Sychobiology of price presentation: An experimental analysis of restaurant menus, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(3), 263-280.
- Raju, J. S., Srinivasan, V., & Lal, R., 1990, The effects of brand loyalty on competitive price promotional strategies, *Management Science*, 36(3), 276-304.
- Reichheld, F. F., 1996, *The Loyalty Effect*, Boston. MA: Harvard Business School Press.
- Service Management Institute 2000, *The service profit chain*, Seoul,

- Korea: Samsung Economic Research Institute, 387-409.
- Stephoe, A., Pollard, T. M., & Wardle, J., 1995, Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire, *Appetite*, 25(3), 267-284.
- Swinyard, W., & Struman K., 1986, Market segmentation: Finding the heart of your restaurant market, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 27(1), 89-96.
- Tateo, A., De Palo, P., Ceci, E., & Centoducati, P., 2008, Physicochemical properties of meat of Italian heavy draft horses slaughtered at the age of eleven months, *Journal of Animal Science*, 86(5), 1205-1214.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D., 2006, *Service Marketing Integration Customer Focus Across The Firm*, McGraw-Hill Irin.

Abstract

The Effect of the Menu Quality Importance of  
Horse Meat Restaurant in Jeju on Menu Satisfaction

Choi Kwang-Soo\*

This study was conducted by frequency analysis, reliability test, factor analysis and multiple regression analysis to analyze the effect of menu quality importance on menu satisfaction for customers of horse meat restaurant in Jeju.

As for the factor analysis, the menu importance was classified into four factors, and the menu satisfaction factor was classified into three factors. Appropriate, Health, Menu, Jeju, Curiosity, Essential, External.

The Regression analysis results showed that the importance of menu quality of horse meat restaurant in Jeju area was found to be influenced by Appropriate(.503) and Jeju(.222). On External, the curiosity(.223), affects and External, appropriate(.638) influence each other. In order to improve the customer satisfaction with the menu quality, the material is fresh, the taste is good, the customer needs are accepted, the skill of the cook is good, the food waiting time is appropriate, and the price is the most important. The image of Jeju only and the composition of the distinctive menu of horse meat only showed the increase in customer satisfaction.

---

\* Professor, Department of Hotel Culinary Art, Cheju Halla University

濟州島研究 48집

**Keywords : Horse meat restaurant, menu quality, Importance,  
Satisfaction**

교신: 최광수 63092 제주특별자치도 제주시 한라대학로 38,  
국제관광호텔학부 호텔조리과(E-Mail: chefchoi61@naver.com )

논문투고일: 2017. 06. 19.

심사완료일: 2017. 08. 07.

게재확정일: 2017. 08. 10.