



### 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 원 저작자를 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 권리와 책임은 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)



# 연구 윤리 서약서

본인은 웨스트민스터신학대학원대학교 사회문화교육학과 뷰티건강향장학전공의 대학원생으로서 이 학위논문을 작성하면서 ‘연구윤리 확보를 위한 지침[교육부훈령 제260호, 시행 2012.8.1.]’을 준수하였으며, 추후에라도 연구윤리에 어긋남이 있을 시에는 그 책임을 질 것을 서약합니다.

1. 이 학위논문 작성 시 지도교수의 지도를 받아 정직하고 엄정한 연구를 수행하여 작성하였습니다.

2. 이 학위논문을 제출하고 학위를 수여 받은 후에 만약 연구부정행위가 발견되면 법과 규정에 따른 상응한 책임을 질 것을 서약합니다.

2024년 1월 12일

학위명 : 교육학석사  
학과 : 사회문화교육학과  
전공 : 뷰티건강향장학  
성명 : 정민경 

제2023학년도  
석사학위(M.A.) 논문

성인여성의 속눈썹미용 시술동기가 심리적  
안녕감에 미치는 영향 : 시술만족도와  
외모만족도의 매개효과

Effect of Adult women's Eyelash Beauty Treatment  
Motivation on Psychological Well-being: Mediating  
Effect of Treatment Satisfaction and Appearance  
Satisfaction

웨스트민스터신학대학원대학교  
사회문화교육학과  
뷰티건강향장학 전공  
정민경

성인여성의 속눈썹미용 시술동기가 심리적  
안녕감에 미치는 영향 : 시술만족도와  
외모만족도의 매개효과

지도교수 : 최 은 주

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2023년 12월

웨스트민스터신학대학원대학교

사회문화교육학과

뷰티건강향장학 전공

정민경

# 정민경의 석사학위논문을 인준함

심사위원장      김영순      

심사위원      이정희      

심사위원      최은주      

## 논문개요

현대사회는 스마트폰과 인터넷의 발달로 활발한 온라인 활동이 가능하며 자신의 이미지를 표현할 기회가 많아지고, 표현의 방법도 자유로워졌다. 이로 인해 그 사람의 외면적, 내면적인 부분을 나타낼 수 있는 외모 관리에 관심도가 높아지고 있다. 그러하므로 외모 관리 방법의 다양화가 나타나고, 외모 관리의 방법 중 하나로 속눈썹미용에 대한 관심도가 지속적으로 인기를 얻고 있다. 특히 얼굴에서는 눈이 차지하는 비율이 높기 때문에 현대 여성들의 아이메이크업에 있어서 속눈썹미용이 중요한 역할을 하고 있다. 이에 외면적으로 자신을 표현하는 방법인 속눈썹 미용 시술이 내면적으로 사람들의 심리에는 어떻게 영향을 미치게 되는지 연구를 통해 확인하고자 한다.

본 연구는 속눈썹 미용샵을 실제로 방문하고 이용하는 고객들을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 선행연구를 바탕으로 속눈썹미용 시술동기가 외모만족도와 시술만족도를 통해 심리적 안녕감에 미치는 관계에 대한 연구 모형을 구성하였다. 연구분석에 활용하기 위한 표본 수집은 속눈썹미용 시술 경험이 있는 전국의 성인여성을 대상으로 2023년 10월 12일부터 10월 22일까지 온라인 상으로 설문조사를 실시하였으며, 총 223명의 자료를 수집하여 분석자료로 사용하였다. 통계처리는 SPSS 25.0 프로그램을 사용하여 빈도분석과 기술통계 분석, 분산분석, 교차분석, 상관분석, 다중회귀 분석, 매개효과 분석을 실시하였다.

본 연구의 주요 결과를 정리한 내용은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상자들의 인구 통계학적 특성으로 본 결과, 연령은 30-39세가 제일 많았고, 40-49세가 다음으로 많았다. 속눈썹미용의 시술 목적은 외모적으로 이미지가 변화하는 것이기 때문에 외모에 관심이 많고 사회적 활동이 많은 30대와 40대의 연령층이 속눈썹 미용샵을 많이 방문하는 것으로 해석된다.

둘째, 본 연구 대상자의 특성에 따른 변인에서는 연령과 결혼 여부에 따라서 속눈썹 미용샵 선택 경로가 다르게 나타났다. 20-29세는 SNS 및 인터넷 광고의 비율이 가장 많았고, 나머지 연령층은 연령이 높아질 수록 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 많았으며, 결혼 여부에 따라서는 기혼보다 미혼의 경우 SNS 및 인터넷광고를 통한 속눈썹 미용샵의 방문 경로가 높게 나타나, 대체적으로 온라인 활동에 익숙하고 시간 활용이 자유로운 20대 연령층과 미혼 여성의 온라인 마케팅을 통해 유입되는 경우가 많다는 것으로 사료된다.

셋째, 속눈썹미용 시술동기는 심리적 안녕감, 시술만족도, 외모만족도 간의 주요 변수 뿐만 아니라 하위요소 간에도 모두 서로 간에 정(+)적 상관관계가 유의하게 나타났다.

넷째, 속눈썹미용 시술동기는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미친다고 나타났으며, 하위요소들도 모두 정(+)적 영향을 미쳤다.

다섯째, 속눈썹미용 시술동기는 시술만족도에 대해서 정(+)적 영향을 미치며, 대부분 속눈썹미용 시술동기의 하위요소가 시술만족도의 하위요소에 정(+)적 영향이 유의하게 나타났다.

여섯째, 속눈썹미용 시술동기는 외모만족도에 대해서 정(+)적 영향을 미치며, 대부분 속눈썹미용 시술동기의 하위요소가 외모만족도의 하위요소에 정(+)적 영향이 유의하게 나타났다.

일곱째, 시술만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미치며, 하위요소도 모두 정(+)적 영향을 미쳤다.

여덟째, 외모만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향으로 나타났다.

아홉째, 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있다 고 나타났다.

결론적으로 본 연구를 통해 속눈썹미용이 사람의 심리에 안녕감을 준다는 것을 확인했 으며, 속눈썹미용 시술동기가 시술만족도와 외모만족도를 통해 심리적 안녕감에 영향을 미치는 것을 검증했다. 이로 인해 속눈썹미용 시술이 성인여성들의 심리적안녕감과 자존감을 향상시켜 건강한 삶을 영위하게 하며 사회적 안녕감에 기여할 수 있으므로 속눈썹 미용 산업이 보다 더 다양한 방법으로 발전할 것으로 기대된다.

핵심어: 속눈썹미용, 시술동기, 심리적 안녕감, 시술만족도, 외모만족도

## 감사의 글(Acknowledgement)

오랜 시간 공부와는 담을 쌓고 지냈던 제가 학교를 다시 다니게 되면서 공부에 대한 열정과 욕심을 가지게 되었습니다. 대학원의 2년이란 시간은 어떻게 지나갔는지 모를 정도로 알차고 빠르게 지나간 것 같습니다. 교수님들의 따뜻한 격려와 가르침으로 지금까지는 깨닫지 못했던 심도 높은 배움의 시간이었습니다.

고민이 많았던 석사 논문을 훌륭하신 교수님들의 배려로 마무리할 수 있게 되어 감사의 말씀을 올립니다. 먼저 항상 웃음으로 맞아주시고 시작과 끝을 잘 맺을 수 있게 첫걸음부터 도와주신 최은주 지도 교수님께 진심으로 감사드리며 오랜 시간 함께했던 애정과 염려로 많은 아이디어와 도움을 주신 김영순 교수님 정말 감사합니다. 또 강의만큼이나 멋지고 열정적인 마음으로 두 손 모아 함께 기도해 주신 이정희 교수님 감사드립니다. 논문 준비로 바쁜 마음에 열심히 임할 수 없었던 수업시간에 따뜻한 배려와 유쾌한 농담으로 항상 마음 써주신 한기호 교수님, 이진 교수님, 최미영 교수님께도 감사의 말씀을 전합니다. 그리고 생각보다 힘든 여정에 지칠 때마다 서로 이끌어주며 격려했던 우리 동기 언니들 배주은, 유진, 최선숙 언니 정말 고맙고 덕분에 행복했습니다.

저를 위해 매일 기도하고 마음 졸이며 응원해 준 우리 조영 여사님. 엄마가 우리 엄마라서 정말 자랑스럽고, 있는 힘껏 사랑합니다. 싫은 내색 한번 없이 휴무까지 반납하고 속눈썹 모델을 해주며 자기 일처럼 도와준 내 분신과도 같은 동생 인경이. 정말 고맙고 많이 사랑합니다. 바쁘다는 핑계로 자주 연락을 못 드려서 죄송한 마음에 쭈뼛대는 저에게 걱정하지 말라며 저를 먼저 챙겨주시는 우리 시아버님, 시어머님께도 존경하는 마음과 함께 항상 예뻐해 주심에 감사드리고 사랑합니다.

샵을 병행하며 논문을 쓰려니 벼거워 힘들어할 때 힘내라며 웃어주고 응원해 준 우리 88살롱 선생님들 유나, 유민, 지윤 선생님에게도 이 글을 통해 고맙다고 전하고 싶습니다.

너무도 많은 분이 격려해 주시고 아껴주셨다는 것을 다시 한번 깨닫게 되었습니다. 이 고마움을 잊지 않고 기억하겠습니다.

끝으로 언제나 나의 발전을 진심으로 응원해 주고 힘이 되어주는 든든한 제 남편에게 항상 미안하고 고맙고 사랑한다는 말을 꼭 전하고 싶습니다.

## 목 차

논문 개요 .....	v
감사의 글 .....	vii
표목차 .....	xi
그림목차 .....	xiii
제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....	1
제 2 절 연구의 범위 및 방법 .....	4
제 3 절 용어의 정의 .....	5
1. 속눈썹미용 .....	5
2. 시술동기 .....	5
3. 심리적 안녕감 .....	5
4. 시술만족도 .....	5
5. 외모만족도 .....	6
제 2 장 이론적배경 .....	7
제 1 절 속눈썹미용 .....	7
1. 속눈썹미용의 정의 .....	7
2. 속눈썹미용의 종류 .....	9
3. 속눈썹미용의 선행연구 .....	23
제 2 절 시술동기 .....	24
1. 시술동기의 정의 .....	24
2. 시술동기의 하위요소 .....	25
3. 시술동기의 선행연구 .....	26
제 3 절 심리적 안녕감 .....	28
1. 심리적 안녕감의 정의 .....	28
2. 심리적 안녕감의 선행연구 .....	29
제 4 절 시술만족도 .....	30

1. 시술만족도의 정의 .....	30
2. 시술만족도의 하위요소 .....	31
3. 시술만족도의 선행연구 .....	32
제 5 절 외모만족도 .....	34
1. 외모만족도의 정의 .....	34
2. 외모만족도의 선행연구 .....	36
제 6 절 속눈썹미용의 시술만족 실태 현황 .....	38
1. 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 비교 .....	38
2. 눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인 .....	42
3. 눈의 형태에 따른 속눈썹 펌의 컬 디자인 .....	44
4. 컬러 속눈썹 연장과 헤어 컬러의 조화 .....	47
 제 3 장 연구 도구 .....	49
제 1 절 연구 모형 .....	49
제 2 절 연구 가설 .....	50
제 3 절 조사 설계 및 자료 분석 .....	53
1. 변수의 조작적 정의 및 측정 도구 .....	53
2. 조사 설계 및 표본 수집 .....	55
3. 통계 분석 방법 .....	56
 제 4 장 연구 결과 .....	57
제 1 절 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 분석 .....	57
1. 시술동기 .....	57
2. 시술만족도 .....	59
3. 외모만족도 .....	61
4. 심리적 안녕감 .....	62
5. 신뢰도 분석 .....	63
제 2 절 연구 대상의 일반적 특성 .....	64
제 3 절 속눈썹미용 시술 특성 .....	66
제 4 절 기술통계 분석 .....	71
제 5 절 일반적 특성에 따른 연구 변인의 차이 .....	72

1. 일반적 특성에 따른 시술동기의 차이	72
2. 일반적 특성에 따른 시술만족도의 차이	73
3. 일반적 특성에 따른 외모만족도의 차이	74
4. 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감의 차이	75
제 6 절 일반적 특성에 따른 속눈썹미용 시술 특성의 차이	76
1. 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이	76
2. 직업에 따른 후관리 용품 구매 의향의 차이	77
3. 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분의 차이	78
4. 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향의 차이	79
5. 결혼 유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수, 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이	80
제 7 절 상관분석	81
제 8 절 매개효과 분석	82
1. 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과	82
2. 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과	84
3. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과	86
4. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과	89
5. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과	92
6. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과	95
7. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과	98
제 9 절 가설 검증 결과	101
제 5 장 결론	103
제 1 절 연구 결과 요약	103
제 2 절 논의 및 제언	107
참고문헌	109
부록	119
Abstract	128

## 표 목 차

<표 1> 속눈썹 성장 주기 및 속눈썹 형태	8
<표 2> 속눈썹미용의 선행연구	23
<표 3> 시술동기의 선행연구	26
<표 4> 심리적 안녕감의 선행연구	29
<표 5> 시술만족도의 선행연구	32
<표 6> 외모만족도의 선행연구	36
<표 7> 일회용 속눈썹과 속눈썹 연장술의 비교	40
<표 8> 시술동기 측정 도구	53
<표 9> 외모만족도 측정 도구	53
<표 10> 시술만족도 측정 도구	54
<표 11> 심리적 안녕감 측정 도구	54
<표 12> 조사 설계	55
<표 13> 시술동기의 요인 분석 결과	58
<표 14> 시술만족도의 요인 분석 결과	60
<표 15> 외모만족도의 요인 분석 결과	61
<표 16> 심리적 안녕감의 요인 분석 결과	62
<표 17> 신뢰도 분석	63
<표 18> 연구 대상의 일반적 특성	65
<표 19> 속눈썹미용 시술 특성	67
<표 20> 기술통계 분석	71
<표 21> 일반적 특성에 따른 시술동기의 차이	72
<표 22> 일반적 특성에 따른 시술만족도의 차이	73
<표 23> 일반적 특성에 따른 외모만족도의 차이	74
<표 24> 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감의 차이	75
<표 25> 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이	76
<표 26> 직업에 따른 후관리 용품 구매 의향의 차이	77
<표 27> 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분의 차이	78
<표 28> 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향의 차이	79

<표 29> 결혼유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수, 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이	80
<표 30> 상관 분석	81
<표 31> 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 분석	82
<표 32> 부트스트랩을 통한 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 검증	83
<표 33> 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 분석	84
<표 34> 부트스트랩을 통한 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 검증	85
<표 35> 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 분석	86
<표 36> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 검증	87
<표 37> 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과 분석	89
<표 38> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과 검증	90
<표 39> 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 분석	92
<표 40> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 검증	94
<표 41> 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과 분석	95
<표 42> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과 검증	97
<표 43> 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 분석	99
<표 44> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 검증	99
<표 45> 가설 검증 결과 요약	101

## 그 림 목 차

[그림 1] 속눈썹 모발 성장 주기	8
[그림 2] 속눈썹 연장 가모의 컬 종류	10
[그림 3] 속눈썹 연장 가모의 두께와 길이의 종류	11
[그림 4] 클래식 속눈썹 연장	12
[그림 5] 러시안볼륨 연장	13
[그림 6] Led 속눈썹 연장	14
[그림 7] 속눈썹 펌 포인트 연장	15
[그림 8] 속눈썹 펌	17
[그림 9] 속눈썹 틴팅	18
[그림 10] 속눈썹 복원술 및 생장술	19
[그림 11] 속눈썹 클리닉	20
[그림 12] 속눈썹 가모 제거	21
[그림 13] 속눈썹 샴푸	22
[그림 14] 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 비교 사진	40
[그림 15] 눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인 예시	42
[그림 16] 눈의 형태에 따른 눈매 보완 속눈썹 연장 디자인	43
[그림 17] 속눈썹 펌 롯드와 컬의 종류	44
[그림 18] 눈의 형태에 따른 속눈썹 펌의 컬 디자인	45
[그림 19] 컬러 속눈썹 연장 가모와 헤어 컬러의 조화	48
[그림 20] 연구 모형	49
[그림 21] 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 모형	83
[그림 22] 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 모형	85
[그림 23] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 모형	87
[그림 24] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과 모형	90
[그림 25] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 모형	93

[그림 26] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과 모형 .....	96
[그림 27] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 모형 .....	99

# 제 1 장 서론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

매스컴과 SNS의 영향으로 인해 여성의 외모는 그 사람의 외면적·내면적 정보를 제공하기 때문에 자신의 이미지를 표현할 기회가 많아짐에 따라 외모에 대한 관심도가 예전보다 더욱 높아졌다(이유영, 2021). 또한 동영상 및 플랫폼 등, 콘텐츠가 발달하면서 소통이 확대되어 개성 있는 표현이나 외모 관리가 다양화되고 있다. 2019년 이후 코로나19(COVID-19)의 확산으로 인하여 미용 서비스업은 감소하는 추세를 보였지만 점차적으로 코로나19에 대한 우려가 줄어들면서 미용업 또한 활기를 되찾고 있다. 실제로 KOSIS 국가통계포털에 따르면 2021년도 미용업은 164,131개 업체에서 2022년도 172,708개 업체로 5.23% 증가하였다(국가통계포털, 2023). 이와 같이 미용업이 증가하는 것은 외모 관리에 많은 관심이 있음을 알 수 있다.

눈의 모양은 얼굴의 인상을 좌우하는 가장 큰 부분으로 눈의 생김새에 따라 용모에 많은 영향을 준다는 점에서 아름다운 눈에 대한 관심도는 높았다(민영글, 2015). 현대 여성들에게 속눈썹미용은 많은 시간을 투자하는 메이크업이다. 아이메이크업은 오래 전부터 대중스타가 광고한 속눈썹미용 제품을 기점으로 지금까지의 대중적인 속눈썹미용으로 발전하였으며, 여전히 아이메이크업 제품들이 매년 30% 대의 점유율을 유지하고 있다 (이강아, 2003). 이는 기본적으로 메이크업을 하는데 있어서 아이메이크업에 대한 중요도가 높다는 것이다. 더욱이 속눈썹미용은 코로나19의 확산 이후로 마스크가 대중화되며 아이 메이크업의 정도가 더 중요해짐에 따라 관심도가 더 높아지는 추세이다(김수지, 허혜순, 우미옥, 2021). 병원과 같이 질병에 엄격한 구역에서는 지속적으로 마스크 착용이 요구되고 있어 관련 종사자들에게는 변함없이 중요하므로 눈과 눈썹을 더 집중하여 화장하게 된다는 점에서 눈화장에 대한 관심이 높다는 것을 알 수 있다(정유진, 2022). 이러한 부분을 종합해보면, 속눈썹미용에 대한 관심은 마스크를 착용하는 부분 때문에 더 옥 관심을 얻고 있으며, 마스크 착용이 해제되더라도 얼굴에서 눈이 차지하는 영향력 때문에 관심이 이어질 것이라고 전망할 수 있다. 실제로도, Zhang & Choi(2021)의 연구에서 코로나19 이후에는 여성들의 경향이 풀메이크업보다는 아이메이크업으로의 변화를 보고했다.

이처럼 매체의 발달과 사회적 이슈로 인해 미용 관리에 대한 관심도가 높아지고 있고, 아이메이크업 미용에 대한 관심이 높아진 만큼 다양한 미용 시술이 많은 사람들에게 제공되고 있다. 이로 인해 미용 시술에 관련된 연구도 다수 진행되었다. 윤대수, 박옥련, 이동철(2007)은 미용실 이용자를 대상으로 고객 만족과 재방문에 영향을 미치는 요인을 크게 인적, 물적, 부가서비스로 나누어 영향 요인을 검증하였다. 검증 결과, 인적 요인으로 미용 기술과 시술에 소요되는 시간, 물적 요인으로 미용실 내 환경, 부가서비스 관련해서는 전부가 영향을 주고 있다고 보고했다. 윤수화, 박세실리아, 리순화(2018)의 연구에서는 뷰티 소셜커머스에서 미용 성형시술 쿠폰을 구매한 이용자를 대상으로 만족도와 재구매에 영향을 주는 요인에 대해서 분석하였다. 분석 결과로, 편리성과 정보성이 영향을 미친다고 보고했다. 다양한 요인이 고객 만족과 재방문 혹은 재구매에 영향을 미치고 있다고 볼 수 있다.

이와 같이 미용에 대한 관심이 고조되고 속눈썹미용에 대해서 연구가 이루어진 것은 2016년에 시행된 미용사 메이크업 자격증이 발단이 되었다. 전문적인 시술을 할 수 있는 전문가가 늘어나면서 속눈썹 연장샵의 수가 증가하고, 기술발전에 따라 고객 만족도를 높일 수 있는 다양한 특허 기술이 출원된 부분도 크게 작용하였다(백은주, 2020; 정은영, 2022). 남지영(2013)의 연구에서는 속눈썹미용에 대한 실태 조사를 성인여성을 대상으로 실시한 바 속눈썹 미용샵 방문 시 고려 사항으로 미용사의 시술 스킬과 내부 환경이 높다고 보고했다. 이경화, 한채정(2017)의 연구에서 20세 이상 성인여성을 대상으로 속눈썹미용 실태를 조사하였고, 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹 사용을 비교한 결과에서 모든 항목이 속눈썹 연장술이 일회용 속눈썹 사용에 비해 높은 것이 유의했다. 차로사(2020)는 여성들을 대상으로 속눈썹 연장술이 자아 존중감과 심리적 만족감에 긍정적인 영향을 나타냄을 보여주었다. 김수지(2021)의 연구에서는 속눈썹미용 서비스 품질, 지각된 가치, 행동 의도의 관계를 검증하였고 서비스품질이 지각된 가치와 행동 의도에 영향을 미친다고 보고했다. 문지선, 이정희(2022)의 연구에서는 속눈썹 미용 경험이 있는 성인 여성을 대상으로 속눈썹 미용 인식과 속눈썹 영양제 제품 만족도의 관계를 통해서 속눈썹 미용 인식은 속눈썹 영양제 제품 만족도를 높인다고 보고했다. 유지은(2022)의 연구에서는 속눈썹미용을 소비한 여성들을 대상으로 속눈썹미용 전문가의 인적 서비스 품질, 지불 의사, 서비스 만족도, 전환 비용의 관계를 규명하였다. 속눈썹미용 전문가의 인적서비스품질과 지불의사의 관계에서 서비스 만족도가 매개효과를 나타내었고, 속눈썹미용 전문가의 인적 서비스 품질과 전환 비용과의 관계에서도 서비스만족도가 매개효과를 나타내었다. 이와 같이 실태에 대한 연구, 혹은 시술에 대한 인식, 만족도가

영향을 주는 부분에 대해서 다양한 연구가 이루어졌지만, 많은 선행연구에도 불구하고, 속눈썹미용에 대해서 검증된 연구는 유지은(2022)의 연구를 제외하면 직접적인 영향에 대해서 주로 확인된 것 밖에는 심층적인 모형을 구성한 경우가 거의 없다. 또한, 여전히 속눈썹 미용에 관련된 정확한 용어는 아직 정의되지 않았다. 이는 학술적 연구로 인해 만들어진 용어가 아닌, 현장에서 다루는 미용 기법들을 설명하기 위해 자연스럽게 생긴 용어를 사용하기 때문에 용어가 통일되지 않고 필요에 따라 뜻하는 바가 다른 경우가 많기 때문이다(최윤서, 2018). 개인의 콤플렉스나 개성, 원하는 바에 따라 시술하는 맞춤형 기법이 급속도로 빠르게 생겨나게 되면서 관련 용어의 정리가 정확히 확립되지 않은 부분 등 미흡한 부분이 있는 실정이다.

이러한 선행연구의 한계를 극복하기 위해서 본 연구를 진행하고자 한다. 연구의 심층적인 모형을 구성하기 위해서 시술동기, 심리적 안녕감, 시술만족도, 외모만족도라는 4 가지 변수를 바탕으로 가설을 설정하였다. 이를 통해 시술동기가 2가지 만족도를 통해서 심리적 안녕감까지 가는 경로에 대해서 살펴보고자 한다. 이로 인해 속눈썹미용이 실제로 사람의 심리를 안정적으로 만들 수 있는지 확인하고, 속눈썹미용 산업이 어떠한 방향으로 나아가야 하는지를 제시하는 것을 목적으로 한다. 추가적으로 본 연구 내에서 속눈썹 미용에 대한 용어를 정리하고 시술만족도에 대한 실태 현황을 살펴보면서 속눈썹 미용 발전의 향상과, 나아가 이에 대한 학문적 기초 자료로 도움이 되고자 한다.

## 제 2 절 연구의 범위 및 방법

본 연구의 범위와 방법은 다음의 내용과 같다.

제 1장 서론에서 연구의 배경 및 목적을 서술하였으며, 연구의 범위 및 방법과 연구의 용어를 정의하였다.

제 2장 이론적 배경에서 속눈썹미용의 정의, 종류, 선행연구와 더불어 시술동기, 심리적 안녕감, 시술만족도, 외모만족도의 정의와 선행연구들을 고찰하였다.

제 3장 연구 설계는 선행연구들을 고찰한 결과를 바탕으로, 연구 모형과 가설을 설정하였고, 조사 설계 및 자료 분석에 대해서 서술하였다.

제 4장 실증 분석으로써, 측정 도구의 요인 분석을 위한 타당도 및 신뢰도 분석과 연구 대상의 일반적 특성, 변수에 대한 기술 통계량을 분석하였다. 빈도 분석부터 기술통계 분석, 분산분석, 교차분석, 상관분석, 다중회귀 분석, 매개효과 분석을 진행하였다.

제 5장 결론은 연구 결과 및 요약, 논의 및 제언 등을 통해 연구의 시사점에 대해서 서술하였다.

## 제 3 절 용어의 정의

### 1. 속눈썹미용

속눈썹미용은 인간의 속눈썹에 인조 가모를 붙여 길이를 연장시키는 기법과 더불어 속눈썹에 대한 다양한 관리를 포함하는 미용의 한 종류이다(유지은 외, 2023). 속눈썹미용은 매일 메이크업을 하지 않아도 일정한 속눈썹을 유지할 수 있고, 속눈썹에 관한 관리가 편리하게 만들어 주며, 시간적인 효율성과 편리함으로 속눈썹미용을 선호한다(김수지, 허혜순, 우미옥, 2021).

### 2. 시술동기

동기는 외부 환경에 존재하는 목표를 달성하게 만드는 내적 상태이며, 행동을 유도하는 개인 내부의 에너지를 활성화하는 것으로 정의한다(박시사, 2001). 특히, 시술동기는 시술에 대한 목적을 가지고 행동을 불러일으키는 내적인 직접적인 요인이라고 총칭할 수 있다(이희영, 2021).

### 3. 심리적 안녕감

한혜원(2009)은 심리적 안녕감을 심리적 건강에 대한 측정 지표로 보았으며, 박혜원(2013)은 심리적 안녕감이 본인에 대해 만족스럽게 인식하고, 대인 관계가 원만하며, 스스로의 행동을 조절하고, 주위 환경에 대한 통제가 가능하며, 삶의 목적을 가지고 인생에 대한 개선 의지가 있는 상태를 심리적 안녕감이라고 정의했다.

### 4. 시술만족도

박정혜(2022), 원채원(2022)은 신체적, 성과적, 기술적, 심리적, 경제적 요인을 포함하는 시술에 대한 만족도로 정의했다. 관천원(2023)은 시술만족도를 시술로 인해서 심리적, 사회적으로 변화되는 모습에 대한 만족도라고 정의했다.

## 5. 외모만족도

박소애(2016)는 외모만족도가 외적인 부분에 대한 만족에 대한 정도이면서, 스스로의 경쟁력이나 효율성 등을 인지하는 정도까지로 보았다. 허한형(2017)은 외모를 주관적으로 판단하는 데에 있어, 스스로 만족하는 것과 상대방에게 만족스럽게 판단될 때에 생기는 만족도를 외모만족도로 보았으며, 만족도는 개인 차이가 존재한다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 속눈썹미용

#### 1. 속눈썹미용의 정의

속눈썹(Eyelashes)이란 눈을 뜨고 감을 때 위와 아래로 맞닿은 눈의 가장자리 부분에 난 털이다(문지선, 이정희, 2022). 인체 해부학적으로 속눈썹의 시작점은 결막의 앞면을 덮는 안검 부분의 눈꺼풀이며 짧고 뻣뻣하며 눈에서 멀어질수록 점점 휘어지는 형태를 가진다(최윤서, 2018). 속눈썹의 기능은 기본적으로 눈을 보호하는 역할을 수행한다. 즉, 속눈썹은 먼지나 작은 별레 등이 눈에 들어가지 않도록 하고 땀이나 빗물이 얼굴에 흘러 눈 안으로 들어가는 것을 막아준다. 또한 섬세한 이물질이 닿는 순간 반사적으로 반응하여 눈을 감도록 하고 이물질이 들어가지 않게 보호 덮개 역할을 하는 것이다(설현진, 2008; 양정희, 2015).

머리카락과 다르게 속눈썹은 일정 길이 이상 자라고 나면 더 이상 자라지 않으며, 수명이 짧아서 100일에서 200일 동안 약 10mm 정도 자란 후 탈각된다(백은주, 2023). 속눈썹이 자라나는 속도는 하루에 약 0.18mm 정도로 머리카락이 자라나는 속도의 반 정도이다(이강아, 2003). 속눈썹 두께는 약 0.05mm에서 0.2mm 정도로 성별, 연령, 인종에 따라 차이가 있으며, 길이는 짧은 경우 약 5mm에서 7mm 정도이고 긴 경우에는 12mm 이상일 수 있으며, 위 속눈썹이 아래 속눈썹보다 2배 가량 많은 편이다.

속눈썹 모의 성장 주기는 성장기, 퇴행기, 휴지기로 나뉘어 3단계로 이루어진다. 각 속눈썹은 일정 길이까지 성장하고 멈춘다. 새로운 속눈썹이 자라나면서 기존 속눈썹은 빠져나가고 보통 약 3~5개월 주기로 반복적인 사이클을 갖는다. 속눈썹의 수명과 성장 속도 및 성장 기간은 개인마다 차이가 있다. 속눈썹 성장 주기 및 속눈썹 형태에 대한 설명은 다음의 <표 1>과 같다.

&lt;표 1&gt; 속눈썹 성장 주기 및 속눈썹 형태

속눈썹 성장 주기	성장기	모근이 형성되어 속눈썹이 피부표면으로 자라나오는 시기
	퇴행기	건강하고 두꺼워지며 모근이 점점 길어진 후 성장이 멈추는 시기
	휴지기	새로운 속눈썹이 자라나면서 기존 속눈썹이 탈각되어 빠지는 시기
속눈썹 평균 성장 길이	1일	약 0.18mm
	1개월	약 5.4mm
	3개월	약 10.0mm
속눈썹 길이	길이가 짧은 경우	약 5~7mm
	길이가 긴 경우	12mm 이상
속눈썹 두께	두께가 얇은 경우	약 0.05mm
	두께가 두꺼운 경우	0.2mm 이상
속눈썹 술	위	약 100~110개
	아래	약 70~80개
속눈썹 탈모	자연 탈모	하루 1~2가닥 정도
	이상 탈모	약 7~8주 후 다시 자라남

출처: 본 연구자가 연구 과정에서 재정리하여 작성한 표

속눈썹 탈모의 경우 자연 탈모의 경우 하루 약 1~2가닥 정도 빠지게 되고, 이상 탈모의 경우에는 약 7~8주 후 새로 자라나오는 속눈썹이 성장기를 거쳐 다시 자라나게 된다. 휴지기 때에는 적은 자극에도 속눈썹이 쉽게 빠질 수 있다. 속눈썹 모발 성장 주기는 아래의 [그림 1]과 같다.<sup>1)</sup>



[그림 1] 속눈썹 모발 성장 주기

1) 출처: 러블러운지 <https://blog.naver.com/lovablelounge7716/221266863706>

속눈썹은 외모적으로도 중요한 역할을 수행하는데, 깊고 풍부해 보이는 눈으로 연출하는 역할을 하며, 풍성하고 진한 속눈썹을 가진 여성은 높은 매력을 통해서 자신감과 건강함을 보여주는 척도로 작용한다(이경화, 한채정, 2019). 이처럼 속눈썹은 신체에 나는 모발로 여러 가지 속눈썹 미용 방법을 통해서 매력을 표출할 수 있다(권태일, 허혜순, 2018).

속눈썹미용은 크게 속눈썹 화장과 속눈썹 시술로 나뉜다. 속눈썹 화장에는 아래쉬컬러, 마스카라, 인조 속눈썹 등이 있으며 속눈썹 시술에는 속눈썹 펌, 속눈썹 연장 등이 있다(임미애, 2008). 이 중에서는 속눈썹에 인조 가모를 붙여 연장시키는 속눈썹 연장술이 가장 대중화되어 있으며, 속눈썹 펌 또한 지속적으로 관심도가 높아지고 있는 속눈썹미용 시술이다.

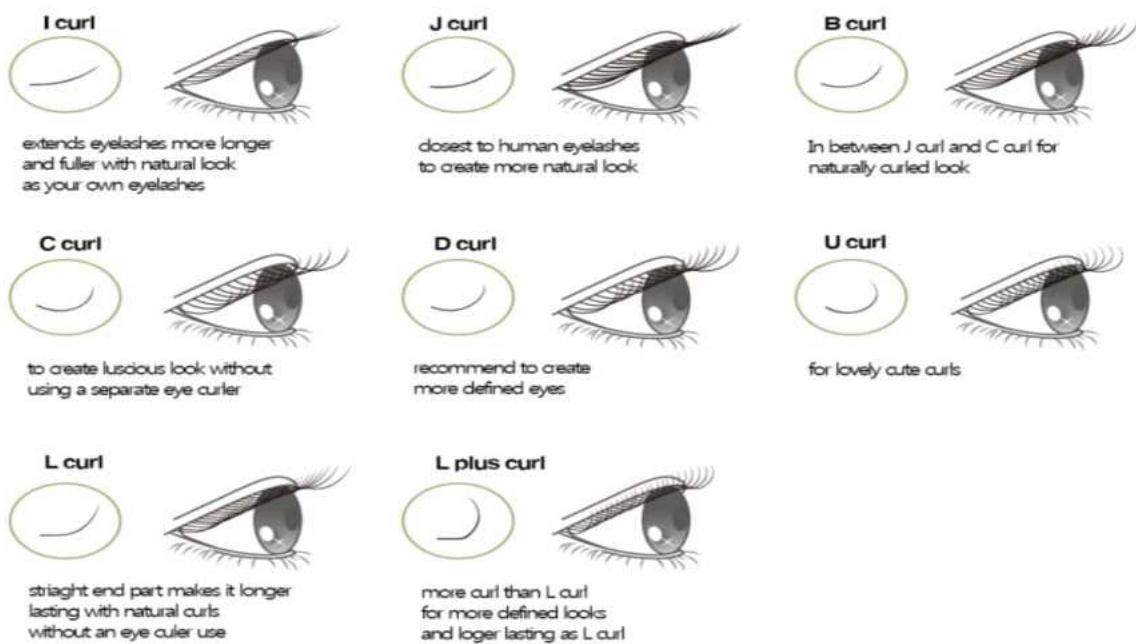
속눈썹미용은 속눈썹에 대한 다양한 관리를 포함한다(유지은 외, 2023). 속눈썹미용은 매일 메이크업을 하지 않아도 교정된 속눈썹 모양을 유지할 수 있으며, 여가 활동이나 여행을 갈 경우에도 속눈썹에 관한 관리가 편리하다. 세안을 해도 아이 메이크업에 비해 지속력이 좋아서 시간적 효율성으로 인해 많은 여성들이 속눈썹미용 관리를 선호하고 있다(김수지, 허혜순, 우미옥, 2021). 속눈썹미용은 다양한 아이 메이크업 연출에 도움을 준다는 것에서 기존의 아이 메이크업과는 다른 측면이 존재한다. 특히 속눈썹미용은 이미지의 결점보완과 물리적 측면으로 좋은 인상을 줄 수 있는 에티켓이나 품위 유지의 심리적 문제점을 해결하며, 신체적 아름다움의 창조와 더 나은 자기 이미지 관리를 통해 치유할 수 있는 기능을 가진다(남지영, 2013).

## 2. 속눈썹미용의 종류

속눈썹미용은 크게 속눈썹 연장과 속눈썹 펌이 대표적이지만, 속눈썹 연장 중에도 고객의 개성이나 성향, 필요성, 안전성, 속눈썹 건강상태 등에 맞추어서 다양한 기법들이 있다. 속눈썹 연장에는 러시안볼륨 연장과 Led 속눈썹 연장, 속눈썹 펌 포인트 연장 등의 기법이 있고, 속눈썹 펌에도 여러 종류의 기법을 사용한다. 그 외에도 속눈썹 틴팅, 속눈썹 복원술 및 생장술, 속눈썹 클리닉, 속눈썹 가모 제거, 속눈썹 샴푸 등과 같은 다양한 시술을 시행하고 있으며 여러 가지 시술을 연계해 시술하는 경우도 많다. 이처럼 새로운 기법이 많이 개발되면서 더 활발하게 속눈썹 미용 시술이 이루어지고 있다.

### 1) 속눈썹 연장

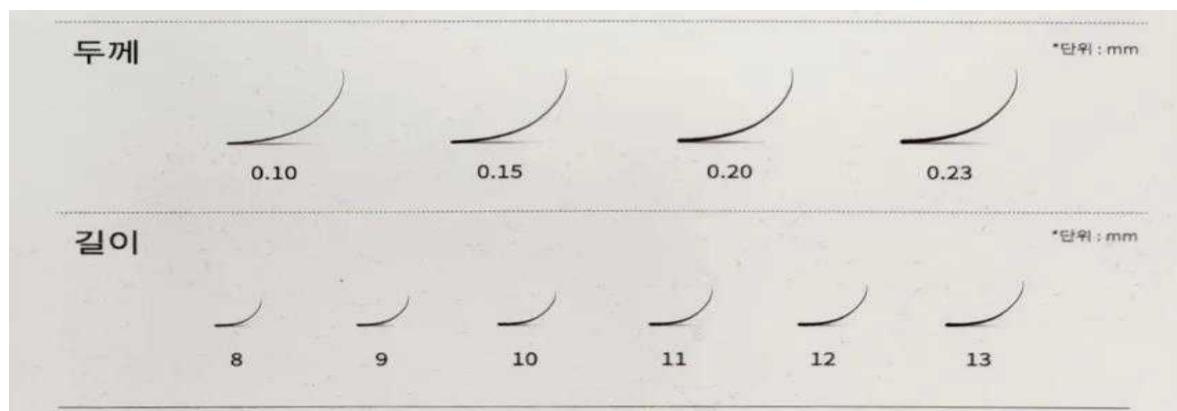
속눈썹 연장은 미국과 일본에서 먼저 눈에 띄게 성행하였고, 우리나라에서는 2000년대 초반에 시작되어 빠르게 퍼지면서 2014년을 기준으로 여성 인구의 30% 이상이 이용하고 있다고 통계되었으며, 실제 이용 인구는 이보다 더 많을 것으로 추정된다(한국소비자원, 2016). 속눈썹 연장은 눈꺼풀에 있는 자연 속눈썹에 인조 가모 속눈썹을 접착제인 글루를 묻혀 부착하며 자연 속눈썹보다 속눈썹의 길이가 길어지고 양이 풍성해진다(이선희, 2020). 자연 속눈썹 한 올에 가모 한 올을 붙여 속눈썹을 길어 보이게 하는 시술 방법이다(김수진 등, 2016). 특히 속눈썹을 연장하는 시술은 그윽한 눈매를 만들어 주기도 하고, 자신의 속눈썹이 길어진 것처럼 연출하여 자연스러우면서 아름다운 속눈썹으로 만들어 준다. 동시에 원하는 느낌대로 연출이 가능하며, 길고 풍성한 속눈썹으로 연출할 경우 얼굴에 중요한 포인트가 되어 눈매를 한층 더 또렷하고 예쁘게 보이게 하여 이목구비 자체를 더욱 또렷하게 보이도록 해준다(김신아, 김문주, 2023). 가모의 컬에 따라 속눈썹의 원하는 느낌과 이미지를 다르게 표현할 수 있으며, 속눈썹 연장 가모의 컬 종류에 대한 설명은 [그림 2]와 같다.<sup>2)</sup>



[그림 2] 속눈썹 연장 가모의 컬 종류

2) 출처: 두오붙임머리 <https://blog.naver.com/duo-h/221136922989>

속눈썹가모란 가짜 속눈썹을 뜻하는 말로 속눈썹의 굵기에 따라 그 종류는 0.07, 0.10, 0.12, 0.15, 0.18, 0.20, 0.25, 0.30mm 등이 있으며, 길이도 4mm부터 20mm까지 아주 다양하다(이영남, 2018). 제일 흔하게 쓰이는 두께로는 0.10mm, 0.15mm, 0.20mm, 0.23mm 가 사용되며, 러시안볼륨 연장의 경우에는 0.07mm정도의 얇은 미세 모를 사용하기도 한다. 길이는 8mm부터 13mm가 가장 많이 사용되며 속눈썹 상태와 원하는 느낌에 따라 맞춰 사용하게 된다. 속눈썹 연장 가모의 두께와 길이의 종류에 대한 예시는 아래의 [그림 3] 과 같다.<sup>3)</sup>



[그림 3] 속눈썹 연장 가모의 두께와 길이의 종류

일반적으로 속눈썹 연장의 장점은 부작용이 크게 없으며, 사람에 따라 차이가 있으나 대부분 1~2개월까지 유지가 가능하며, 세안, 수영, 사우나 같은 일상적인 생활도 큰 제약 없이 가능하다(이유영, 2021). 또한 눈의 모양, 원하는 이미지나 컬러, 길이, 컬 등에 맞춰 선호하는 이미지를 연출할 수 있다(양정희, 2015). 단점으로는 속눈썹미용 전문가의 숙련도나 기술 차이에 따라 시술 시간의 증가, 눈의 통증, 눈 시림, 속눈썹 술의 밀도 감소, 눈 형태에 맞지 않는 디자인이나 개인의 개성에 맞지 않게 일률적인 컬을 사용하여 오히려 개인의 눈 형태의 단점을 더 부각시키고 속눈썹 탈모증이나 빈모증과 같은 부작용을 초래할 수 있다는 점이다(백은주, 2023). 그러므로 풍부한 경험과 지식, 숙련된 기술을 갖춘 전문가에게 시술 받는 것이 중요하다(안소정, 2005).

3) 출처: 타임뷰티 [https://blog.naver.com/timebeauty\\_j/222992568134](https://blog.naver.com/timebeauty_j/222992568134)

실제로 한국에서는 한 가닥의 속눈썹에 한 가닥의 가모를 부착하는 원투원(1:1) 기법의 ‘클래식 속눈썹 연장’이 가장 많이 시술되고 있다. 속눈썹 연장에 사용되는 사용 재료와 클래식 속눈썹 연장의 작업물 사진은 [그림 4]와 같다.



[그림 4] 클래식 속눈썹 연장

출처: 연구자 제공

### (1) 러시안볼륨 연장

속눈썹 연장의 기법 중에서 러시안볼륨 연장은 기본적으로 2가닥에서 6가닥 정도에서 많게는 그 이상의 아주 얇은 초미세 가모를 한 묶음으로 사용하여 속눈썹을 연장하는 기법이다. 러시안볼륨 연장은 프리메이드와 핸드메이드가 있는데 프리메이드는 러시안볼륨 전용 가모로 공장에서 제작되어 나온 부채 모양의 속눈썹 가모를 그대로 부착하는 기법으로 편리하고 시술 속도가 빠르지만 핸드메이드 기법보다 유지력이 떨어지는 편이다. 핸드메이드 기법은 초미세 가모를 부채꼴 모양으로 펀셋을 이용해 시술자가 직접 속눈썹 팬을 만들어서 한 가닥의 실제 속눈썹을 감싸듯이 랩핑하여 부착하기 때문에 시술자의 숙련도가 높아야 가능하다. 또한, 속눈썹 디자인을 다양하게 연출이 가능하고 유지력이 훨씬 좋은 장점이 있다. 이처럼 러시안볼륨 연장은 일반적으로 속눈썹 연장에 사용하는 가모보다 가벼우면서도 더 진한 풍성함을 연출할 수 있어서 클래식 연장보다 시술 가격이 더 높고 속눈썹 증모와 같은 효과를 낸다. 러시안볼륨 연장 디자인과 러시안볼륨 연장 작업물 사진은 [그림 5]와 같다.



[그림 5] 러시안볼륨 연장

출처: 연구자 제공

## (2) Led 속눈썹 연장

최근에 떠오르고 있는 속눈썹 연장 기법은 바로 Led 속눈썹 연장이다. Led 속눈썹 연장은 새롭게 떠오르는 속눈썹미용 시술로 일본에서 먼저 시작된 기법이며, 한국에서는 시술을 시작한지 오래 되지 않았다. Led 속눈썹 연장은 일반적으로 속눈썹 연장 시술에 사용하는 속눈썹 연장용 접착제를 사용하는 것이 아니라 광중합 개시제를 배합한 젤타입 속눈썹접착제를 Led(가시광선)램프를 이용해 빛을 조사해 경화시켜 가모를 접착하는 형태이다. Led 속눈썹 연장에 사용하는 재료 및 기기와 Led 속눈썹 연장의 시술 사진은 [그림 6]과 같다.

Led 속눈썹 연장 사용 재료 및 기기	Led 속눈썹 연장 시술 사진
 	

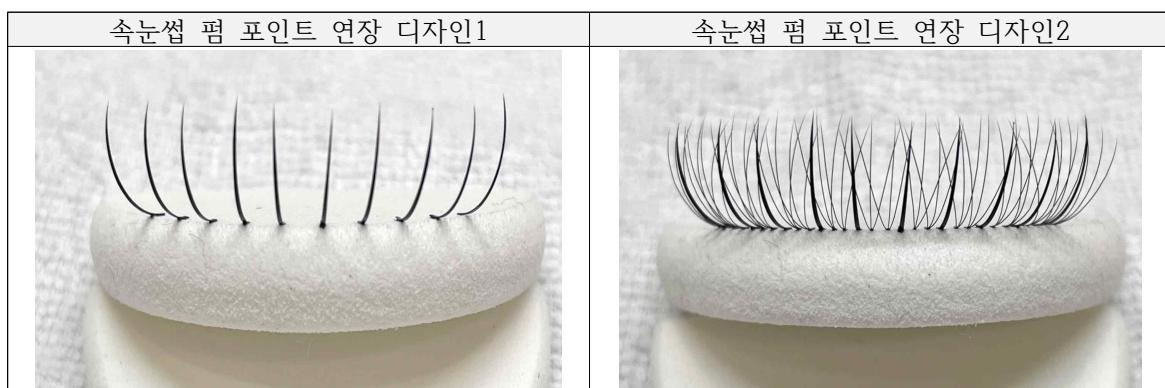
[그림 6] Led 속눈썹 연장

출처: 연구자 제공

Led속눈썹 연장은 현재 속눈썹미용 중 제일 트랜디한 시술 방법으로 시술 시 눈 시림이 없다는 장점과 글루 알레르기에 대해 안전할 수 있으며, 접착력이 우수해 시술 직후 바로 세안이나 오일성분의 클렌징을 사용할 수 있고, 속눈썹 연장 시술 시 항상 아쉬웠던 속눈썹 연장 후 관리방법 등의 필요가 적은 것과 온도나 습도에 예민하지 않다는 장점이 있다. 하지만 전문적인 지식이 없이 시술한다면 기존의 연장술 방법과는 접착방법이 다르므로, 유지력이 낮아지거나 빛에 의한 부작용이 있을 수 있다. 또한, 자외선 알레르기가 있는 경우에는 시술이 불가하며 시술자는 눈을 보호할 수 있도록 자외선차단용 안경을 반드시 사용하여야 한다.

### (3) 속눈썹 펌 포인트 연장

속눈썹 펌 포인트 연장은 속눈썹 펌과 속눈썹 연장을 동시에 하는 시술을 칭하기도 하고 속눈썹 펌과 같은 느낌을 내는 속눈썹 연장을 칭하기도 한다. 속눈썹 펌의 자연스러운 또렷함을 원하는 고객들이 많이 찾으며 속눈썹 연장의 풍성한 느낌보다는 자신의 속눈썹인 듯한 자연스러운 느낌을 낼 수 있는 새로운 속눈썹미용 기법이다. 마스카라연장, 아이돌연장, 크라운연장, 마스카라펌, 펌포인트 연장 등 많은 용어로 사용되며 공통적으로 정해진 용어나 정해진 시술 방법은 없으며, 전문가와 고객이 상담하여 개인맞춤형 시술로 많이 사용되고 있다. 속눈썹 펌 포인트 연장의 다양한 디자인 방법에 대한 예시는 [그림 7]과 같다.



[그림 7] 속눈썹 펌 포인트 연장

출처: 연구자 제공

## 2) 속눈썹 펌

속눈썹미용에 대한 관심이 높아지면서 속눈썹 연장 다음으로는 속눈썹 펌을 가장 선호하며, 속눈썹 펌을 시술하는 전문가와 고객이 증가하고 있다. 특히 가모를 자신의 속눈썹에 접착제를 이용하여 붙여야 하는 속눈썹 연장과는 달리 자신의 속눈썹을 올려 컬을 고정하는 속눈썹 펌은 속눈썹 연장과 같은 효과를 낼 수 있어 많은 여성들에게 인기를 얻고 있다(한국소비자원, 2019). 이러한 속눈썹 펌은 헤어미용의 펌과 원리가 같은 방법으로 속눈썹 모조직에 변화를 주어 속눈썹 형태가 오래 유지될 수 있게 웨이브를 만들어 컬을 고정하는 것을 의미한다(한국소비자원, 2020). 속눈썹펌은 외모적인 속눈썹미용 뿐만 아니라 속눈썹이 눈을 찔러 불편함을 겪는 남녀노소 모두에게 관심도가 높게 나타나는 시술이다.

펌(perm)이란 퍼머넌트 웨이브(permanent wave)나 커링헤어(curling hair)를 의미하고, 자연 상태인 모발에 물리적, 화학적 방법을 이용해 모발의 구조 및 형태를 변화시켜 오랫동안 지속될 수 있는 웨이브를 형성시키는 기법이다(이유영, 2021). 이러한 펌은 모발과 속눈썹 모두에 적용할 수 있어 헤어 펌과 속눈썹 펌이라는 용어로 사용한다. 모발을 구성하는 단백질은 케라틴이며, 이는 단백질의 결합인 폴리펩타이드 결합이 풍부하며, 그 결합들이 시스틴 결합으로 강하게 연결되어 있다(김양자, 2008). 시스틴 결합은 아주 강한 결합이고, 저항성이 높기 때문에 화학약품이 침투하기 어렵지만 모발이 알칼리화된 상태에 환원제를 작용시키게 되면 절단된다(동아리, 2017). 이 원리를 통해 퍼머넌트 웨이브 용제 중 제1제에는 알칼리성 물질과 환원제를 동시에 포함시키고, 제2제에는 산화제를 통해 시스틴 결합을 복구시키기 위해 대표적으로 과산화수소를 포함하는 물질을 사용한다(유태순, 김정해, 정연, 2006).

속눈썹 펌은 눈의 모양이나 눈매의 특성에 따라 사용하는 롯드로 컬 모양을 조절할 수 있어 속눈썹 펌 만으로도 눈매를 교정하는 효과가 있다. 속눈썹 펌 롯드는 U컬, C컬, L컬이 가장 많이 사용되고 LU컬, V컬, I컬 등 다양한 롯드가 있다. 펌제와 고정제(글루, 밤, 악스, 크림) 등도 속눈썹 펌 재료들이 매우 다양하게 출시되고 있으므로 시술자의 선호도나 고객의 피부 및 속눈썹 타입에 따라 맞는 제품을 선정하여 사용하게 된다. 그러므로 자신의 눈매에 맞춰 안전한 속눈썹 펌을 하기 위해서는 전문가에게 시술받도록 한다. 속눈썹 펌은 본인이 가지고 있는 속눈썹을 이용해 컬을 올리는 시술이기 때문에 눈에 불편함이 없이 오래 유지되고, 자연스럽게 꾸며진 이미지를 연출해 주어 속눈썹 연장과는 또 다른 매력을 느낄 수 있다.

속눈썹 펌에 사용되는 사용 재료와 작업물 사진은 [그림 8]과 같다.

속눈썹 펌 사용 재료	속눈썹 펌
	 Ucurl
	 Ccurl
시술 전	시술 후
	

[그림 8] 속눈썹 펌

출처: 연구자 제공

### 3) 속눈썹 틴팅

속눈썹 틴팅은 헤어 염색과 원리가 같은 방법으로 속눈썹 모 조직에 매니큐어제나 염색제를 사용하여 속눈썹이 더 진해 보이도록 색을 변화 시켜 주는 것을 의미한다. 모발 염색을 표현하는 말 중 하나로 헤어틴트(hair tint)라는 용어가 사용되는데 헤어틴트는 “색소를 만들다”라는 의미이며 염모제를 사용하여 모발의 색상을 변화시킨다(김병미, 김지향, 2001). 즉, 속눈썹 틴팅도 염모제를 통해서 속눈썹의 색상을 변화시키는 시술이라고 할 수 있다.

대체로 속눈썹에서 멜라닌 색소가 감소하거나 사라지는 속눈썹 백모증이 있는 사람이나 서양인의 옅은 색의 속눈썹을 어두운 톤으로 바꾸는데 많이 쓰이며 한국에서는 속눈썹 펌과 연계하여 더 또렷해 보이는 인상을 주기 위해 속눈썹 틴팅 시술을 함께 하기도 한다. 속눈썹 틴팅에 사용되는 사용 재료와 속눈썹 틴팅 시술 사진은 [그림 9]와 같다.

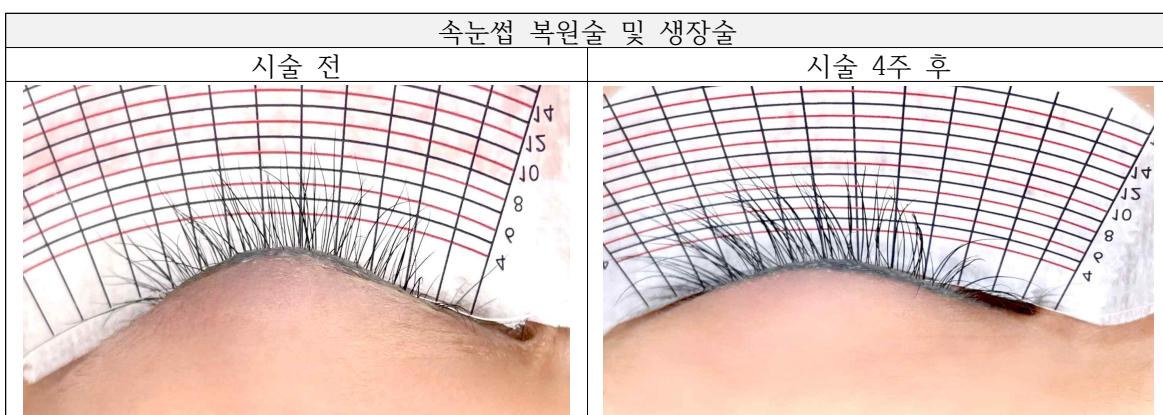
속눈썹 틴팅 사용 재료	속눈썹 틴팅 시술 사진
	

[그림 9] 속눈썹 틴팅

출처: 연구자 제공

#### 4) 속눈썹 복원술 및 생장술

고대부터 전해지는 자연적 상처 치유 요법을 현대의 의학으로 재정립해 피부를 손상시키지 않고 자체의 자연 치유적인 재생 능력을 활용하는 치료법으로 콜라겐을 재생시키는 탈모 치료법이 보고되고 있으며, 속눈썹 복원술 및 생장술에 사용하는 미세다룬침은 마이크로 침(Micro-needle)을 이용하여 유효 성분이 피부에 침투하는 것을 극대화 시키기 위하여 표피층과 진피층을 직접 통과하는 새로운 통로를 만들어 준다. 이를 통해 놀라운 효과를 나타내는 신개념의 약물 전달 체계(Drug Delivery System)를 구축하게 되었다 (서순옥, 장미숙, 2012). 또한 마이크로 침이 진피층에 침투하게 되면 세포는 자연적인 상처 치유(Natural wound healing) 작용을 일으키고 자체 콜라겐 생성을 유도하게 된다(고혜영, 2009). 마이크로침을 이용하는 것은 기존의 사용되던 갈바닉, 오존 헬륨레이저 기기와 병행하여 시술하는 경우에 효과가 증가하는 첨단 시스템이면서 메디컬 두피분야와 속눈썹 미용분야에서 주목받는 새로운 시술법이다. 미세다룬침이 피부에 미치는 효과는 피부를 균일하게 치료하고, 탈모가 있는 부위에 자극을 주면서 혈액순환을 원활하게 하여 새로운 모발이 잘 나올 수 있도록 세포를 재생시켜 준다(석지환, 2010). 속눈썹도 이러한 미세다룬침을 활용하여 복원시키거나 생장시킬 수 있다. 마이크로니들을 사용해 마이봄선 주위를 미세하게 뚫어 속눈썹 영양 앰플을 흡수시키는 시술이다. 하지만 두피와는 달리 속눈썹 부분은 눈 주위에 예민한 부분으로 미세다룬침을 이용한 방법보다는 고전압을 이용하여 전류로 일시적인 경로를 만들어 주는 일렉트로포레이션 방법을 선호하는 추세이다. 복원술 및 생장술의 시술 전과 시술 후의 사진은 [그림 10]과 같다.



[그림 10] 속눈썹 복원술 및 생장술

출처: 연구자 제공

### 5) 속눈썹 클리닉

속눈썹 클리닉은 속눈썹 트리트먼트와 같은 의미이며, 트리트먼트의 사전적 의미로는 치유, 치료, 처치로 흔히들 사용하며, 미용현장에서는 영양공급의 의미로 사용되고 있다 (김민정 등, 2007). 모발 트리트먼트는 손상된 모발을 정상적으로 복구시키기 위한 모발 리컨디셔닝의 의미로 주로 사용된다. 이러한 트리트먼트에 사용하는 제품은 주로 모발과 아미노산 함량이 유사한 케라틴, 콜라겐 등으로 아미노산의 보수효과를 이용하여 모발 회복에 도움을 주고, 사용 시 모발 손상의 진행을 억제해 모발 강도를 부여하며 시스템인 함량을 증가시킨다(김소라, 김주덕, 2012).

속눈썹 클리닉은 자가 관리로 사용하는 속눈썹 영양제와는 다르게 속눈썹 미용샵에서 속눈썹에 직접 클리닉 제품을 도포하여 흡수시키는 방법으로 헤어클리닉과 같은 원리로 수분과 영양을 채워 손상된 속눈썹을 건강하게 만드는 방법이다. 사용제품은 클리닉오일, 클리닉크림, 클리닉밤, 클리닉액상 등의 형태로 다양하다. 이러한 속눈썹 클리닉은 속눈썹 펌과 함께 연계해 관리하는 것이 일반적이며 속눈썹 클리닉과 속눈썹 펌을 합쳐 속눈썹 클리닉펌으로 시술하기도 하고, 잘못 시술된 속눈썹 펌을 복구하기 위한 속눈썹 복구펌을 시술할 때 가장 흔하게 클리닉 제품을 함께 사용한다. 속눈썹 클리닉에 사용되는 사용 재료와 속눈썹 클리닉 시술 사진은 [그림 11]과 같다.

속눈썹 클리닉 사용 재료	속눈썹 클리닉 시술 사진

[그림 11] 속눈썹 클리닉

출처: 연구자 제공

## 6) 속눈썹 가모 제거

속눈썹 가모 제거는 연장된 가모를 안전하게 제거하는 방법으로 속눈썹 미용샵에서 속눈썹 연장시술 후 속눈썹 가모를 제거해야 하거나, 재시술을 하기 위해 제거할 때 사용한다.

사용 제품으로는 제형의 타입에 따라 속눈썹 리무버겔, 속눈썹 리무버크림 등이 있다. 대표적으로 속눈썹 가모 제거용 리무버를 마이크로 면봉을 사용해 속눈썹 연장 시술 부위에 도포한다. 이때 피부에 닿지 않도록 주의하며 속눈썹 뿌리에 핀셋을 이용해 묻혀준다. 리무버 도포 후, 핀셋으로 속눈썹을 제거하고 전 처리제로 꼼꼼히 닦아준다(김효정, 2018). 속눈썹 가모 제거용 리무버를 적정량 사용하여 눈에 들어가지 않도록 하며 안전한방법으로 가모를 제거하고 정제수나 속눈썹 샴푸로 세정하도록 한다. 속눈썹 가모 제거에 사용되는 사용 재료와 속눈썹 가모 제거의 시술 사진은 [그림 12]와 같다.

속눈썹 가모 제거 사용 재료	속눈썹 가모 제거 시술 사진
	

[그림 12] 속눈썹 가모 제거

출처: 연구자 제공

### 7) 속눈썹 샴푸

속눈썹 샴푸는 속눈썹 연장 시술 시작 전에 속눈썹 사이사이를 깨끗이 씻어주어 유분 기와 이물질, 각질 등을 제거해 유지력을 향상 시켜주는 클렌징 제품이다(김효정, 2018). 샴푸를 통해 씻는 것은 속눈썹 사이의 각질 및 이물질이나 속눈썹 가모 제거용 리무버의 잔여물, 화장품 잔여물 등을 깨끗하게 씻어내는 역할을 한다. 속눈썹 미용샵에서 서비스 품목이나 추가 품목으로 사용하며 속눈썹 샴푸로 속눈썹미용 시술의 전 처리를 하기도 한다.

거품제형으로 고객의 눈에 짜고 브러쉬로 가볍게 롤링하여 사용한다. 이때 속눈썹 사이사이가 깨끗하게 씻기도록 좌우로 움직이며 롤링한다. 충분히 롤링한 후 티슈로 거품을 가볍게 제거하고 식염수를 이용해 여러 번 헹구어준다. 수건을 이용해 속눈썹에 남은 물기를 제거하고 건조한 후에 속눈썹미용 시술을 시작하도록 한다. 속눈썹 샴푸에 사용되는 사용 재료와 속눈썹 샴푸 시술 사진은 [그림 13]과 같다.

속눈썹 샴푸 사용 재료	속눈썹 샴푸 시술 사진
	

[그림 13] 속눈썹 샴푸

출처: 연구자 제공

### 3. 속눈썹미용의 선행연구

속눈썹미용에 대한 선행연구는 실태연구와 모형연구가 이루어졌다.

남지영(2013)의 연구에서는 속눈썹미용에 대한 실태 조사를 성인여성을 대상으로 실시하였다. 속눈썹 미용샵 이용 시 만족도가 높았던 요인은 경로가 네일아트 샵일 때와 위치는 중심지의 번화가일 때, 시술 종류는 실크 컬일 때 선호도가 가장 높았다. 속눈썹 미용샵 방문 시 고려사항은 미용사의 시술스킬, 내부공간, 내부시설의 영향력이 높다고 보고했다.

이경화, 한채정(2017)의 연구에서 20세 이상 성인여성을 대상으로 속눈썹미용 실태를 조사하였고, 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹 시술을 비교한 결과에서 컬러부터 지속성, 불편감, 길이, 가격대비 효과 및 전반적인 만족도와 같은 모든 항목에서 속눈썹 연장이 일회용 속눈썹에 비해 높은 것으로 나타났다.

김수지(2021)의 연구에서는 성인여성을 대상으로 속눈썹미용 서비스품질, 지각된 가치, 행동 의도의 관계를 검증하였다. 서비스품질 요인에서 공감성과 확신성이 지각된 가치를 높이는 것이 유의했으며, 서비스품질 요인 중에서 확신성은 행동의도를 높이고, 응답성은 행동 의도를 낮추는 것이 유의하다고 확인했다.

문지선, 이정희(2022)의 연구에서는 속눈썹 미용 경험이 있는 성인 여성을 대상으로 속눈썹 미용 인식과 속눈썹 영양제 제품 만족도의 관계를 조사했다. 결과에서 속눈썹 미용 인식 중 속눈썹 화장 인식과 속눈썹 시술 인식 모두 속눈썹 영양제 제품 만족도를 높이는 영향이 유의하다고 보고했다. 속눈썹미용에 대한 선행연구는 <표 2>와 같다.

<표 2> 속눈썹미용의 선행연구

연구자	선행연구명
남지영 (2013)	속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향
이경화,한채정 (2017)	성인여성의 속눈썹 연장 및 일회용 속눈썹 이용실태, 선호도 및 만족도 연구
김수지 (2021)	속눈썹미용 서비스품질과 지각된가치가 행동의도에 미치는 영향
문지선,이정희 (2022)	성인 여성의 속눈썹 화장 및 시술 인식과 속눈썹 영양제에 대한 제품 만족도 연구

출처: 속눈썹미용에 대한 선행연구를 정리

## 제 2 절 시술동기

### 1. 시술동기의 정의

동기 즉 Motivation의 어원은 ‘To Move’라는 라틴어의 ‘movere’에서 유래했으며, 뜻은 결정이나 행동의 직접적 원인, 계기를 준다는 의미이다(강수돌, 2010). ‘동기’는 외부 환경에 존재하는 목표에 달성하도록 하는 내적인 상태로 행동을 할 수 있게 하는 개인 내부의 충동력이나 신체적 에너지를 활성화하게 하는 것이다(이희영, 2021). 동기는 스스로의 목표를 향해 지속적으로 행동하게 만드는 개인의 내적인 심리 상태이며, 인간의 욕구를 의미한다. 이러한 부분에서 동기는 욕구의 충족을 위해 행동하게 되는 성향으로 볼 수 있으며, 모든 행동의 실행 여부를 결정하게 만든다. 욕구는 충동적인 성질이 있기 때문에 이런 욕구를 제거, 감소, 강화할 수 있는 행동을 일으키게 되는데, 동기는 이러한 행동의 내적 동력으로 에너지를 제공하며 행동의 강도를 조절한다(김은주, 2011).

동기에 대해서는 이전부터 많은 연구가 이루어져왔다. Deci(1975)은 동기를 개인이 직면하게 되는 것에 대하여 자기 결정성(self-determination)과 유능감(comptence)을 느끼는 욕구로 정의했고, Decharms & Carpenter(1968)는 동기를 특정 문제를 해결한 후에 느끼는 즐거움이나 기쁨과 같은 호의적인 감정을 경험하기 위한 것으로 보았다. Ryan & Deci(2000)는 동기가 인간의 행동을 유발하는 원인이며, 행동의 방향을 제시하고, 행동을 유지하게 만드는 심리적 요인이라고 제시했다.

그러므로 동기는 인간의 행동 기능을 촉진해 능력을 발휘할 수 있도록 방향과 강도를 설정하는 심리적 요인으로 학습에 있어 중요한 심리학적 개념이라고 할 수 있다. 이를 바탕으로 한 시술동기는 시술을 하도록 만드는 여러 종류의 심리적 요인이 작용한다고 볼 수 있다. 따라서, 시술동기란 외부의 환경에 존재하는 목표를 달성하기 위해 내적 상태를 행동하게 하는 개인의 내부적인 충동력 또는 신체적 에너지의 활성화라고 정의할 수 있다(박시사, 2001). 또한, 이러한 의미의 시술동기는 목적을 가지고 행동을 불러일으키는 내적인 직접 요인으로 총칭되며 인간이 행동하는 데에는 반드시 원인이나 이유가 있고 심리학에서는 그것을 동기라고 설명하고 있다(이희영, 2021).

## 2. 시술동기의 하위요소

이러한 시술동기는 여러 종류의 하위요소로 구성되기도 하며, 혹은 단일 요인으로 측정되는 경우도 있다. 선행연구들 중에서 안은주(2023)의 연구에서는 시술동기를 단일 요인으로 측정하였다고 보고하였다. 그와는 반대로 하위요소로 구성하여 시술동기를 측정한 경우도 있는데, 관천월(2023)의 연구에서는 편리성, 심미성, 경제성으로 구성하였으며, 이희영(2021)의 연구에서는 자기 만족, 동조성, 심미성, 성적 매력이라는 4가지 요소로 구성하여 측정하였다. 또한, 심혜정(2023)의 연구에서는 김윤희(2016), 흥수임(2016), 유정아(2021)의 연구를 바탕으로 이미지 개선, 외모 단점보완, 대인 지향이라는 3가지요소로 구성하였다.

외모 단점보완에서 단점을 보완한다는 것은 부족하거나 모자란 부분을 보충하여 완전한 모양에 가까워지는 것을 의미한다. 눈썹 반영구 메이크업에서는 얼굴형의 균형과 대칭을 고려하여 눈썹 위치, 눈썹 모양, 눈썹이 흐리거나 비대칭, 숱이 적어 뚜렷하지 못한 부분을 보완하여 외형상 위축된 부분을 완화시켜줄 수 있다(유정아, 2021). 이미지개선은 자신의 얼굴을 보다 아름다워지는 데에 초점을 맞춘다고 볼 수 있다. 즉, 아름다움에 대한 추구라고 볼 수 있으며, 흔히 말하는 미(美) 혹은 심미(審美)를 추구하는 것이다. Schiller(2015)에 따르면, 심미가 감성과 이성의 조화로운 균형을 이룬 인간으로 변화하는 것이라고 보았다. 여기서의 아름다움은 단순한 아름다움이기보다는 균형, 감각과 이성의 조화, 균형 등과 같은 것을 포함하는 이상적인 아름다움으로 인간이라면 모두 추구할 객관적인 개념으로 정의했다.

대인 지향은 사람들의 기준에 맞추는 것으로 볼 수 있으며, 유행에 맞추거나 혹은 사람들이 많이 선호하는 이미지로 바꾸는 등을 의미한다. 즉, 이러한 바탕에는 사회적 자신감이 깔려있다. 사회적 자신감은 사회생활을 하면서 외모의 만족도는 자신에 대한 자신감이 바탕이 되어 대인관계에 긍정적인 영향을 주며, 사회생활 및 업무 능력을 향상시키고 정신 건강에도 많은 도움을 준다(최경 외, 2020).

### 3. 시술동기의 선행연구

시술동기에 대한 많은 연구 중에서는 반영구화장을 중심으로 시술동기와 다른 변인 간의 관계가 많이 연구되었다.

심혜정(2023)의 연구에서는 중년 여성은 대상으로 반영구 눈썹 화장에 대하여 시술동기, 시술만족도, 외모만족도의 관계에 대해서 분석하였다. 시술동기, 시술만족도, 외모만족도는 상관관계가 존재하며, 시술동기와 외모만족도 사이에서 시술만족도가 매개 역할을 수행함까지 증명하였다. 종합해보면, 중년 여성은 반영구 눈썹화장을 긍정적, 적극적으로 추구한다고 말할 수 있으며 동시에 자신의 외모를 가꾸는 한 방법이라는 긍정적인 인식이 존재한다고 보았다.

관천원(2023)은 중국 여성은 대상으로 시술동기, 기대가치 충족, 시술만족도를 통하여 반영구화장에 대해서 살펴보았다. 시술동기는 기대가치 충족과 시술만족도에, 기대가치 충족은 시술만족도에 각각 영향을 준다고 보고하였다. 이처럼 시술에 대한 동기가 본인이 기대한 가치와 만족도에 긍정적인 영향을 보고함을 확인함으로써 반영구 화장에 대한 후속 연구에 활용할 수 있다고 강조했다.

유정아(2021)의 연구에서는 대전 광역시에 거주하는 눈썹 반영구 메이크업 시술을 받은 경험이 있는 남녀를 대상으로 피시술 동기에 따른 이미지 변화와 시술 만족도를 알아보기 위해 조사하였다. 피시술자는 얼굴에서 눈썹을 중요하게 인식하고 있다는 것을 알 수 있었다. 피시술 동기 중, 외모 단점 보완, 사회적 자신감, 유행 추구는 이미지 변화와 상관관계가 있었으며, 동기가 강할수록 이미지 변화가 더 크게 나타났다. 다만 성별에 따라 피시술 동기는 다르게 나타났으며, 이것은 남성은 사회적 관점에서, 여성은 편리성 관점에서의 차이라는 것을 알 수 있다고 보고했다.

이외에도 다양한 시술에 대한 동기에 대해서 연구가 이루어졌다.

이희영(2021)의 연구에서는 중년 여성은 대상으로 시술동기, 경험 만족도와 심리적 안녕감의 관계를 통해서 메디컬 스킨케어 시술에 대해서 살펴보았다. 그 결과에서 시술동기는 경험 만족도에 영향을, 경험 만족도가 심리적 안녕감에 모두 긍정적인 영향으로 나타났다. 즉, 시술동기를 통해서 만족도를 올리는 경우에 심리적 안녕감까지 영향을 미칠 수 있다고 보았다.

시술동기에 대한 선행연구는 다음의 <표 3>과 같다.

&lt;표 3&gt; 시술동기의 선행연구

연구자	선행연구명
심혜정 (2023)	중년여성의 반영구 눈썹화장 피시술동기가 시술만족도 및 외모만족도에 미치는 영향
관천원 (2023)	중국여성의 반영구화장 시술동기가 기대가치충족 및 시술만족도에 미치는 영향
유정아 (2021)	눈썹 반영구메이크업 피시술 동기에 따른 이미지 변화와 만족도 연구
이희영 (2021)	중년여성의 외모관심도와 메디컬스킨케어 시술동기가 경험만족도와 심리적 안녕감에 미치는 영향

출처: 시술동기에 대한 선행연구를 정리

## 제 3 절 심리적 안녕감

### 1. 심리적 안녕감의 정의

인간은 이성적 존재로서 자신의 행동이 어떤 목적하는 것이 있거나, 또는 가치를 가질 때 자신의 행동에 대한 보람을 느끼게 되고, 심미적 및 정신적 욕구에 끌리게 되며, 행복감을 느끼게 된다(고범서, 1994).

안녕감의 학술적인 근원은 세계보건기구(WHO)에서 규정한 건강의 공식적인 정의에서 찾아볼 수 있는데, 1974년 WHO는 건강을 “단순히 질환의 부재 상태보다는 신체적, 사회적, 영성적, 정신적 전반에 걸친 안녕 상태”로 규정하였다(김선규, 2005). 이러한 안녕감에 대한 정의를 통해서 정신적 건강과 신체적 건강을 모두 포괄함을 보여준다. 또한, 위의 정의와 부합되어 학자들에게 심리적 안녕감은 행복과 번창, 건강 상태가 합치된 상태로 정의되는 경우도 있었으나(하양숙, 1991), 주로 여러 가지의 다양한 요인들이 통합되어 나타나는 긍정적인 정서적, 인지적 상태로 정의되어 왔다(양명환, 1998). 김명소, 김혜원, 차경호(2001)는 본인을 그대로 수용하고, 긍정적인 대인관계를 유지하며, 스스로의 행동을 조절할 수 있고, 주변 환경이 통제가 가능하며, 자신의 잠재력을 실현 시키려는 동기와 삶의 목적이 존재하는 것을 심리적 안녕감이라고 정의하였다. 김남용(2008)은 Maslow의 이론, 욕구 단계 이론에서 상위 욕구인 자아실현 욕구와 인정을 받고자 하는 욕구 등이 얼마나 충족되었는가가 심리적 안녕감이라고 보았기 때문에, 구성하는 요소 또한 상담, 임상, 발달심리학 분야에서의 이론에서 하위요소를 구성하는 것이 바람직하다고 보았다. 한혜원(2009)은 심리적 안녕감은 심리적 건강 상태 측정 지표로 활용될 수 있다고 보았다. 박혜원(2013)은 심리적 안녕감에 대하여 본인 그대로 받아들이고, 원만한 대인관계를 유지하고, 스스로의 행동을 조절이 가능하며, 주위환경이 통제가 가능하고, 삶에 대한 목적을 가지며, 인생을 개선시키려는 의지가 있는 상태의 정도를 심리적 안녕감으로 정의했다.

외국학자들도 심리적 안녕감에 대해서 다양하게 정의하였는데, Diener(1984)는 본인의 삶이 전체적으로 기쁘고 즐거운 정도 혹은 스스로의 삶에 대해 얼마나 만족하고 행복감을 느끼는 정도를 종합한 전체적인 삶의 만족도가 심리적 안녕감이라고 정의했고, Veenhoven(1991)은 심리적 안녕감이란 자신의 삶을 얼마나 호의적으로 판단하느냐를 수치로 나타낸 것이라고 보았다.

## 2. 심리적 안녕감의 선행연구

신효정(2002)의 연구에서 외모만족도와 심리적 안녕감의 상관관계를 검증하였으며, 자신의 몸매나 외모에 만족하지 않는 경우에도 외모 관리에 대해 노력하는 여성들이 긍정적인 사고를 갖고 있어 상관관계도 나타났다고 예측하였다.

양정임(2019)의 연구에 따르면, 외모만족도는 심리적 안녕감에 영향을 미친다고 나타났다. 또한, 메이크업 서비스도 심리적 안녕감에 영향을 미치는 것으로 나타나, 미용에 대한 서비스와 더불어 외모에 대한 만족이 있다면 심리적 안녕감을 증진 시킬 수 있다고 보았다.

차로사(2020)의 연구에서는 속눈썹 연장이 자아 존중감과 심리적 만족감에 영향이 있는지에 대해 연구하였다. 특히 속눈썹 연장 행동에 적극적일수록 자아 존중감과 심리적 만족감이 높게 나타나며, 이는 대인관계, 삶의 만족에도 긍정적인 영향으로 나타날 수 있다고 강조했다. 즉, 속눈썹 연장술은 여성의 심리에 긍정적으로 작용한다고 볼 수 있다.

심리적 안녕감에 대한 선행연구는 <표 4>와 같다.

<표 4> 심리적 안녕감의 선행연구

연구자	선행연구명
신효정 (2002)	현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구
양정임 (2019)	외모만족도가 메이크업 서비스와 심리적 안녕감에 미치는 영향
차로사 (2020)	속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향.

출처: 심리적 안녕감에 대한 선행연구를 정리

## 제 4 절 시술만족도

### 1. 시술만족도의 정의

만족(Satisfaction)이란 라틴어에서 ‘충분하다’라는 뜻을 지닌 ‘satis’와 ‘시키다’라는 뜻을 의미하는 ‘facere’의 합성어이다(김민지, 2016). 만족도는 고객의 욕구와 필요의 기대를 충족시켜서 고객이 제품 및 서비스를 재이용하여 고정 고객이 되므로 고객 충성도를 높일 수 있는 요인이 된다(이정화, 2020). 이런 측면에서 다양한 서비스 기업들이 경쟁에서 살아남기 위해 마케팅 전략 수립에 기업의 장기적인 시장 가치와 수익성을 증가시키기 위한 핵심적인 전략 요인을 고객 만족이라고 말한다(Fornell et al., 2006).

고객의 만족도를 높인다는 것을 결과에서만 만족할 뿐 아니라 시술 과정에서 더 많은 영향을 미친다. 따라서 샵은 고객이 주기적으로 방문하는 곳인 만큼 개개인의 맞는 시술 방법과 최상의 서비스를 제공하여 고객의 만족도를 충족시켜 재방문의도 또한 높일 수 있도록 노력이 필요하다(이윤현, 2012). 서비스를 제공 받은 후에 고객이 느끼게 되는 만족과 불만족의 감정에 따라서 향후 재구매할 의사를 가지게 되며, 이는 고객이 서비스를 제공받는 과정에서 고객의 경험과 평가에 의해서 결정되어진다고 볼 수 있다(김선영, 2017). 즉 고객이 기대했던 기대치에 부합하거나 그 이상의 서비스를 제공하여 고객의 만족도를 충족시키고 고객의 재방문의도를 높일 수 있도록 하는 노력이 필요하다(한미선, 2019).

미용 서비스에 대한 고객 만족도의 경우에는 구매자가 구매 후에 얼마나 만족하느냐에 대한 평가가 미용 기술과 별개로 여러가지 서비스를 제공받은 후의 결과가 기대 수준 이상이면 만족도가 더 높고, 결과가 기대보다 이하이면 불만족으로 나타난다(등월, 2012). 시술 만족도를 얻기 위해서는 시술 전과 후에 고객이 원하는 스타일을 정확하게 파악해야 하고, 고객의 현재 상태를 정확하게 체크하여 각각의 고객에게 맞춰 효과적인 관리 방법으로 시술 만족도를 높이도록 해야 한다(박건희, 2016).

박정혜(2022), 원채원(2022)과 같은 선행연구에서도 시술만족도에 대해서 연구하였는데 크게 신체적, 성과적, 기술적, 심리적, 경제적 요인을 통합하여 시술에 대해서 여기는 만족도와 신념으로 정의했다. 관천원(2023)은 시술로 인한 변화를 바탕으로 심리적으로, 이미지적으로, 사회적으로 보여지는 모습을 통한 만족도를 시술만족도로 정의했다.

## 2. 시술만족도의 하위요소

시술만족도 또한 시술의 종류에 따라서 다양하게 하위요소가 구성된다. 박정혜(2022)는 반영구 화장 시술에 대하여 신체적 요인, 성과적 요인, 기술적 요인, 심리적 요인, 경제적 요인이라는 5가지 요인으로 시술만족도를 측정하였다. 원채원(2022)은 두피 문신(SMP)에 대하여 신체적 만족, 성과적 만족, 기술적 만족, 심리적 만족, 경제적 만족으로 시술만족도에 대해 측정하였다. 관천원(2023)은 앞선 두 논문을 바탕으로 반영구 화장 시술에 대하여 심리적 만족, 이미지 만족, 사회적 만족으로 구성하여 시술만족도를 측정하였다. 본 연구에서는 박정혜(2022), 원채원(2022), 관천원(2023)의 연구를 바탕으로 심리적 만족, 이미지 만족, 사회적 만족으로 구성하였다.

먼저, 심리적 만족은 스트레스 해소, 기분 전환, 자기효능감을 바탕으로 한 만족도를 측정하기 위한 부분이며, 이미지 만족은 본인의 이미지가 얼마나 개선되는지, 외모의 자신감 향상에 얼마나 긍정적으로 작용하는지, 외모 콤플렉스가 해결되었는지에 대한 내용을 종합한 만족도로 보았다. 마지막으로, 사회적 만족은 좋은 이미지에 도움이 되는지, 대인관계와 사회생활에 얼마나 도움이 되는지, 타인에 대한 예의 혹은 사회생활에서 필수적으로 생각하는지의 정도와 업무의 능률성에 대한 내용을 종합하여, 사회생활에 있어서 얼마나 만족스러운지를 의미한다고 볼 수 있다.

### 3. 시술만족도의 선행연구

속눈썹미용 서비스에 대한 연구에서는 주로 만족도에 대한 실태연구가 이루어졌다.

Lee & Han(2017)의 연구에서는 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹에 대한 만족도 실태를 비교하였다. 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹에 대한 만족도를 비교한 결과에서 컬러, 길이, 지속성, 불편감, 가격대비 효과 등을 포함한 전반적인 만족도가 모두 속눈썹 연장이 일회용속눈썹에 비해 유의하게 높은 것으로 보고했다. 또한 유사한 변수로 다양한 변수와의 관계를 확인한 선행연구들도 존재한다.

유지은(2022)의 연구에서는 속눈썹미용을 소비한 여성들을 대상으로 속눈썹미용 전문가의 인적서비스의 품질, 서비스만족도, 지불의사, 전환 비용의 관계를 규명하였다. 결과로, 속눈썹미용 전문가의 인적 서비스품질은 서비스만족도와 지불의사에, 서비스만족도는 지불의사와 전환 비용에 영향을 확인했다. 나아가서, 속눈썹미용 전문가의 인적 서비스의 품질과 지불의사와의 관계에서 서비스만족도가 부분 매개효과를, 속눈썹미용 전문가의 인적서비스의 품질과 전환 비용의 관계에서 서비스 만족도가 완전 매개효과를 모두 나타내었다.

박영신, 황해정(2022)은 피부관리실의 시술 만족 요인을 서비스 품질, 제품 품질, 가격 만족으로 세분화하여 표본 특징과 연령에 유의한 차이가 있다는 것을 확인하였고, 선행 변수로 신뢰성, 확신성, 요구 대응성이 시술 만족에 대한 유의한 영향 관계가 있음을 보고하였다.

엄희주, 한지수(2023)의 연구에서는 속눈썹 펌이나 속눈썹 연장술을 받았던 20~30대 여성을 대상으로 소비 동기와 심리적 만족감의 관계를 검증하였다. 그 결과에서 소비 동기와 그 하위요소는 모두 심리적 만족감에 대하여 긍정적인 영향으로 나타나, 소비 동기가 강할수록 심리적인 만족도 높아짐을 실증했다.

시술만족도에 대한 선행연구는 다음의 <표 5>와 같다.

&lt;표 5&gt; 시술만족도의 선행연구

연구자	선행연구명
Lee & Han (2017)	Usage of, preference for, and satisfaction with extended eyelashes and false eyelashes in adult women.
유지은 (2022)	속눈썹미용 전문가의 인적서비스품질이 지불의사 및 전환비용과의 관계 :서비스만족도의 매개효과
박영신, 황해정 (2022)	피부 관리실 서비스품질이 고객 만족과 재방문 의도에 미치는 영향.
엄희주, 한지수 (2023)	속눈썹미용관리의 소비동기 및 심리적 만족감 연구.

출처: 시술만족도에 대한 선행연구를 정리

## 제 5 절 외모만족도

### 1. 외모만족도의 정의

외모만족도는 Secord & Jourard(1953)이 처음 사용한 개념이며, 외적으로 표출되는 신체 이미지가 상대에게 있어서 좋은 인상과 매력적으로 작용하는지에 대한 긍정적인 태도이면서, 외모에 대해서 만족하는 느낌의 정도로 정의하였다. 그러므로 ‘겉으로 나타난 모습에 대한 만족감의 정도’가 외모만족도라고 할 수 있다(최민호, 2006).

기본적으로 사람들은 아름다움에 대해서 추구하는 것은 과거부터 현재까지 유지된 추세로 볼 수 있다. 이러한 외모에 대한 평가와 외모만족도는 단순히 개인의 생각보다는 문화나 시대의 흐름을 반영한다고 볼 수 있다(이선화, 2019). 또한, 외모만족도는 사회로부터 다양한 경험으로 자아 정체감을 만드는 과정에서 스스로와 타인을 평가하는 주관적인 생각이면서, 자아개념을 형성하고 표현하는 부분에서 중요한 역할을 수행한다(한세명, 2016).

외모만족도에 대하여 많은 학자들이 연구하였으며, 정의 또한 다양하다. 외모만족은 자신의 전체적인 외모 및 신체의 장식 상태로 겉으로 표현되는 모습에 대한 만족감의 정도를 말한다(Richard & Hawthorne, 1971). Cash(1990)는 외모만족도가 신체상 만족도에 속하는 개념으로, 신체상 만족도는 신체의 모습, 태도, 능력, 행동, 효율성에 대한 지각 등을 포함한다고 하였다. Alfosso et al.(1996)은 인간의 행동이나 심리에 신체적 특징이 미치는 영향에서 외모만족도라는 개념이 등장한 것으로 보았다.

박소애(2016)는 스스로 외적인 부분에 대해 불만족과 만족에 대한 차이 정도이면서, 외적인 부분 외에도 스스로의 경쟁력이나 효율성 등을 인지하는 정도가 외모 만족도라고 보았다. 이러한 부분에서 단순히 외모에 대한 만족 외에도 사회생활이나 대인관계에서 중요한 영향을 주는 요인들을 포함하는 것으로 본 것이다.

허한형(2017)은 외모가 스스로 판단하고 결정하는 것이기 때문에, 객관적이기보다는 주관적인 판단으로 평가한다고 하였다. 즉, 외모가 상대방에게 좋다고 판단되거나 혹은 상대방의 외모가 자신에게 매력적이라고 판단될 때에 외모만족도가 형성될 수 있으며, 만족도는 개인 차이가 있다는 것이다. 이처럼 외모만족도는 사회로부터의 경험을 통해서 형성되며, 노력을 통해서도 외모만족도를 개선하여 인식 변화에도 도움이 된다고 볼 수 있다. 외모만족과 비슷한 개념으로는 신체 만족도(body cathexis)라는 용어가 많이 사

용되며, 이 개념은 정신건강의 지표로 활용되기도 한다(박혜원, 2013).

정신건강과도 밀접한 관련이 있다고 알려진만큼, 외모만족도는 다양한 영향력을 가지 고 있다. Cash and Pruzinsky(1990)와 김성희(2005)에 따르면, 자신의 외모에 만족할 수록 행복과 성공에 가까워진다고 믿었기 때문에 아름다움을 추구한다고 보았다. 정광하(2006)는 외모에 만족하는 사람일수록 능동적이면서 자신감에 갖고 생활한다고 보았으 며, 강영숙, 박현정(2009)은 현대사회에서 외모가 중요시됨에 따라 신체에 대한 부분이 사회적 차원과 개인적 차원에서 중요하며, 외모 관리가 어떻게 되느냐에 따라, 자아존중 감과 생활만족도에도 큰 영향을 미친다고 보았다. 개인은 사회 문화적 기준을 내면화하 여 자신의 외모를 주관적으로 평가하게 되는데, 이상적인 신체 모습의 간극을 극복하기 위해서 다이어트, 피부건강관리, 성형수술 등과 같은 적극적인 외모 관리를 진행한다(김 민정, 2015). 이를 통해 자신의 외모만족도를 높이게 되며, 외모의 가치 판단을 향상시키고 타인과의 비교에서 긍정적인 인지를 통해 자기효능감을 높이게 되는 것이다(전경 란, 이명희, 2003).

## 2. 외모만족도의 선행연구

외모만족도에 대한 선행연구는 특정 집단을 대상으로 관계를 살펴보거나 혹은 다양한 시술과 관련되어 연구되는 경우가 많다.

김정희(2010)의 연구에서는 초등학생을 대상으로 외모만족도와 거부 민감성, 주관적 안녕감 간의 대하여 분석하였다. 외모만족도가 높을수록 거부 민감성이 낮아지며, 주관적 안녕감은 높아진다고 밝혔다. 또한, 외모만족도와 주관적 안녕감의 관계를 거부 민감성이 매개한다고 확인하였다. 이를 통해 스스로의 외모에 만족할수록 단체생활에도 적극 적일 수 있으며, 심리적 안녕감이 높아지는 개연성까지 존재함을 시사했다.

제주도를 거주하는 대학생들을 대상으로 외모만족도, 자아 존중감, 심리적 안녕감의 관계를 연구한 김은숙(2018)은 이들의 상관관계가 유의하다고 밝혔다. 이를 바탕으로 외모만족도 변인이 자아존중감과 심리적 안녕감에 대한 영향이 있는가를 밝힌 결과에서 2개의 변인 모두에 긍정적인 영향이 존재함을 검증했다. 이처럼 외모에 대한 긍정적인 가치관을 통하여 자아 존중감과 심리적 안녕감 모두에 대해서 증진할 수 있다고 보았다.

권태일, 허혜순(2019)의 연구에서는 속눈썹 미용 시술을 대상으로 하여, 시술과 외모만족도, 자아 존중감의 관계에 대해서 연구하였다. 속눈썹 미용 실태조사에서 외모만족도와 자아존중감의 변화에 대해서 살펴본 결과, 속눈썹 미용이 외모만족도와 자아 존중감에 영향을 미친다고 보고하였다.

탈모를 겪고 있는 사람들을 대상으로 연구한 홍성애(2022)는 두피미세 색소요법(S.M.P) 선택 속성과 구매 행동의도, 외모만족도의 관계에 대해 분석하였다. 특히 시술에 대한 선택 속성 요인과 구매 행동의도, 외모만족도 사이에서 상관관계가 유의했으며, 선택 속성은 구매 행동의도에 영향을 미친다고 나타났다. 선택 속성이 구매 행동의도에 미치는 영향을 외모만족도가 긍정적으로 조절한다고 밝혔다. 즉, 외모만족도가 높아질수록 구매 행동의도가 높아지는 결과로 나타났다.

외모만족도에 대한 선행연구는 다음의 <표 6>과 같다.

&lt;표 6&gt; 외모만족도의 선행연구

연구자	선행연구명
김정희 (2010)	초등학생의 외모만족도와 주관적 안녕감의 관계에서 거부민감성의 매개효과 연구
김은숙 (2018)	대학생의 외모만족도가 자아존중감과 심리적 안녕감에 미치는 영향
권태일, 허혜순 (2019)	속눈썹 미용실태에 따른 외모만족도와 자아존중감
홍성애 (2022)	탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P) 선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과

출처: 외모만족도에 대한 선행연구를 정리

## 제 6 절 속눈썹미용의 시술만족 실태 현황

### 1. 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 비교

이경화, 한채정(2017)의 연구에서는 20세 이상 성인여성을 대상으로 속눈썹미용 실태를 조사하였고, 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹 사용을 비교한 결과에서 모든 항목이 속눈썹 연장술이 일회용 속눈썹 사용에 비해 높은 것이 유의하다고 나타났다. 이러한 선행 연구를 바탕으로 실제 사용되고 있는 일회용 속눈썹 중 가장 많이 사용되는 접착 부위가 통으로 연결된 일회용 속눈썹과 속눈썹 연장술을 각각 양쪽 눈에 비슷한 형태로 부착하여 작업하고 만족도에 대하여 비교해 보았다.

일회용 속눈썹의 유지 기간은 약 10시간에서 하루 정도로 원하는 시간 내에 떼어낼 수 있지만 1일 이상은 유지할 수 없었으며, 속눈썹 연장술의 경우 유지 기간은 약 1개월에서 2개월 정도로 시술 후 관리에 따라 유지 기간의 차이는 있다. 시술 후 관리는 일회용 속눈썹은 물에 닿으면 떨어지기 때문에 물에 닿지 않게 하는 방법 외에는 후 관리가 따로 없으며, 속눈썹 연장술은 세안, 수영, 사우나 같은 일상적인 생활도 큰 제약이 없다(이유영, 2021). 일회용 속눈썹은 속눈썹 위의 피부에 일회용 속눈썹 전용 풀(접착제)을 사용해 부착한다. 전용 풀은 탁한 반투명의 흰색을 띠는 경우가 많으며, 약간의 라텍스 성분이 포함되어 있는 것도 있다(이선화, 2020). 속눈썹 연장술은 속눈썹 모에 직접 가모를 가닥으로 부착하며 속눈썹 연장용 글루(접착제)를 사용한다.

시술 방법은 일회용 속눈썹은 개인이 일회성으로 혼자 부착할 수 있고 제거할 수 있지만, 속눈썹 연장술은 속눈썹미용 전문가에게 시술을 받아야 하며 개인이 혼자 할 수 없다. 가장 중요하게 생각되는 속눈썹 디자인의 경우, 일회용 속눈썹은 기성화된 제품 중에서 디자인을 고를 수 있으며 응용 디자인은 불가능하다. 반면에 속눈썹 연장술은 가닥 가닥 컬과 굵기 길이 등을 조합하여 맞춤형으로 사용이 가능하며 이로 인해 눈매에 따라 다양한 디자인을 연출해 속눈썹에 대한 콤플렉스를 더 완벽하게 보완할 수 있기 때문에 일회용 속눈썹보다 만족도가 높다고 할 수 있다.

일회용 속눈썹의 경우 블랙색상으로 만들어진 것이 대부분이며 컬러를 믹스하여 사용하기에는 어려운 점이 많다. 속눈썹 연장술은 블랙색상 외에도 브라운 톤부터 파스텔 톤 까지 다양한 컬러 가모를 사용할 수 있고 한 가닥씩 붙일 수 있기 때문에 컬러 가모를 믹스해서 새로운 연출이 가능하다.

속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 비교 사진은 다음의 [그림 14]와 같다.

시술 전		
구분	속눈썹 연장술 (왼쪽)	인조 속눈썹 (오른쪽)
라운드 디자인		
포인트 디자인		
테일 디자인		
볼륨 디자인		

[그림 14] 속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 비교 사진

출처: 연구자 제공

시술 후 상태는 일회용 속눈썹을 부착한 눈은 부자연스러움이 느껴졌고, 속눈썹 연장 술을 한 눈은 일회용 속눈썹에 비해 자연스러운 느낌으로 나타났다.

이경화(2016)는 속눈썹연장이 메이크업을 지운 상태에서도 아이 메이크업을 한 듯이 또렷한 눈매를 연출하기에 요즘 트렌드에 맞는 투명 메이크업을 자연스럽게 연출할 수 있어 여성들이 많이 선호한다고 하였다. 일회용 속눈썹과 속눈썹 연장을 각각 시실했을 때, 일회용 속눈썹은 메이크업을 하지 않고 부착한 경우, 매우 부자연스러운 느낌이 들었으며, 속눈썹 연장술은 메이크업을 하지 않아도 자연스럽고 디자인에 따라 콤플렉스 보완이 가능하여 여러 가지 연출이 가능하다는 점에서 차이가 있었다. 일회용 속눈썹의 경우, 피부에 부착되어 있어서 간지러운 느낌과 이물감이 느껴졌고 매일매일 해야 하는 번거로움이 있지만 급하게 필요할 때에는 가끔 사용할 것 같다는 생각이 들었다. 속눈썹 연장은 1회 시술로 유지 기간이 길어서 편리하고 메이크업에 소요되는 시간을 절약할 수 있어 좋았으며, 세안 등 일상 생활을 하는 것에 불편함이 없어서 만족스러웠고, 속눈썹에 한올 한올 붙어있기 때문에 이물감이 거의 느껴지지 않았다. Lee & Han(2017)의 연구에서 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹을 모두 경험해본 대상자들에게 두 시술의 전반적인 만족도를 비교했을 때 모든 만족도 항목에서 속눈썹 연장의 만족도가 일회용 속눈썹 사용에 비해 높게 나왔다. 이와 같이 실제로 일회용 속눈썹과 속눈썹 연장술을 각각 시술하여 유지 기간, 시술 후 관리, 시술 부위, 접착제, 시술 방법, 디자인, 컬러, 시술 후 상태, 만족도 등으로 비교해 보았을 때, 일회용 속눈썹보다 속눈썹 연장의 만족도가 높은 것을 알 수 있었다.

요즘은 이러한 일회용 속눈썹의 단점을 보완하여 부착 부위가 투명한 라인으로 제작된 일회용 속눈썹이나 가닥 가닥으로 만들어진 일회용 속눈썹도 많이 개발되고 있어서 점점 일회용 속눈썹의 부자연스러움이 완화되는 추세이지만, 기본적으로 피부에 부착된다는 점에서 피부의 알레르기 반응이나 불편함, 매일 개인이 부착해야 하는 것 등에서 속눈썹 연장술의 만족도를 넘어서기는 힘들 것으로 보인다.

속눈썹 연장술과 일회용 속눈썹의 사용의 비교 및 의견은 다음의 <표 7>에 정리하였다.

&lt;표 7&gt; 일회용 속눈썹과 속눈썹 연장술의 비교

구분	일회용 속눈썹	속눈썹 연장술
유지 기간	약 10시간 ~ 1일	약 1개월 ~ 2개월
시술 후 관리	세안 불가능함	세안, 수영, 사우나 등 일상 생활 가능함
시술 부위	속눈썹 위의 피부에 부착	속눈썹 모에 한올 한올 부착
접착제	일회용 속눈썹 전용 풀	속눈썹 연장용 글루
시술 방법	일회성으로 혼자 부착할 수 있음 기성화 된 제품 중에서	전문가에게 시술 받아야 하므로 혼자 시술 불가능함
디자인	고를 수 있음 응용 디자인은 불가능함	어떤 디자인이든 눈매에 맞춰 원하는 디자인으로 다양하게 연출이 가능함
컬러	기성화 된 제품 중에서 고를 수 있으나 컬러 믹스는 불가능함	컬러 가모를 사용하여 연장이 가능하며 다양한 컬러를 믹스해서 사용 가능함
시술 후 상태	부자연스러움	자연스러움
만족도 및 느낀점	메이크업을 하지 않으면 매우 부자연스러움	메이크업을 하지 않아도 매우 자연스러움
	디자인이 정해져 있어 다양하게 사용할 수 없음	디자인에 따라 콤플렉스 보완이 가능함
	간지러운 느낌과 이물감이 느껴짐	1회 시술 후 유지 기간이 길어서 편리함
	유지 기간이 짧아서 번거로움 메이크업시간이 더 늘어남 급하게 필요할 때에는 가끔은 사용 할 것 같음	세안 등 일상생활을 하는 것에 불편함이 없음 메이크업시간 절약 이물감이 거의 느껴지지 않음

출처: 연구자 작성

## 2. 눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인

얼굴에서 눈은 개인의 이미지와 표정에 큰 역할을 담당하는 부분이며, 신체의 이상이나 마음의 상태가 노출되는 커뮤니케이터(Communicator)의 역할도 한다. 눈의 표정은 변화가 다양하고 섬세하여 눈매 모양을 의도적으로 변화시켜 표현하면 이미지 변화도 가능하다. 속눈썹 연장의 디자인을 통해 눈매를 보완해주면 눈의 형태를 보다 나은 이미지로 바꿔줄 수 있으며, 단점이었던 부분을 장점으로 변화시킬 수 있다고 볼 수 있다(이현웅, 2014). 속눈썹 연장술은 동일한 재료를 사용해 같은 디자인을 구현하여도 기법의 차이와 베이스가 되는 고객의 눈매 및 얼굴형이 다르므로 시술 후의 만족도는 개인마다 차이가 있다. 즉, 속눈썹 연장 디자인에 대한 개인의 선호도가 다르고, 이를 바탕으로 속눈썹 연장술 후의 만족도에도 개인차가 있다는 것이다(박선영, 2023).

개인의 눈의 모양은 사람마다 다르므로 그에 맞춰 눈의 콤플렉스를 보완하면 원하는 눈의 이미지를 구현할 수 있다. 이는 전문가와의 상담 후 시술이 가능하며 속눈썹 연장술로 눈의 이미지와 얼굴의 이미지를 변화시킬 수 있다. 이러한 부분에서 속눈썹 연장은 일률적인 디자인보다 개인 맞춤형으로 시술하였을 때 시술의 만족도가 더욱 높아진다.

눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인의 예시는 [그림 15]와 같다.<sup>4)</sup>



[그림 15] 눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인 예시

4) 출처: NCS통합포털사이트 <https://www.ncs.go.kr>

예시를 바탕으로 4가지 눈의 형태에 따른 속눈썹 연장 디자인을 실제로 시술해 보았다. 디자인에 따라 눈매가 보완되는 것이 가능하여 속눈썹 연장 시술에 대한 만족도가 높을 것으로 예상되었다.

눈의 형태에 따른 눈매 보완 속눈썹 연장 디자인의 작업물 사진은 [그림 16]과 같다.

눈의 형태	작업물 사진
돌출형 (자연스러운 J컬)	
눈매의 폭이 작은 형 (눈꼬리를 길게 C컬)	
눈매가 긴 형 (눈꼬리를 짧게 JC컬)	
눈꼬리가 올라간 형 (눈중앙은 C컬 눈꼬리는 J컬로 낮춤)	

[그림 16] 눈의 형태에 따른 눈매 보완 속눈썹 연장 디자인

출처: 연구자 제공

### 3. 눈의 형태에 따른 속눈썹 펌의 컬 디자인

속눈썹 펌은 자신의 속눈썹을 이용해 컬을 올리는 기법으로 원하는 디자인으로 시술하여 눈매를 보완할 수도 있지만, 개인이 가지고 있는 눈의 형태와 속눈썹의 상태에 따라 결과물의 차이가 있다. 눈의 형태에 따라 원하는 컬이 시술이 불가할 수도 있으며 무조건적으로 원하는 느낌만을 추구하여 시술할 수는 없기 때문이다. 대표적인 예로 쌍커풀이 없는 무쌍의 두툼한 눈꺼풀의 경우에는 바짝 올라가는 컬을 원한다고 하여도 속눈썹과 눈꺼풀의 공간을 예측하여 업사이즈 컬로 시술하거나 속눈썹이 눈꺼풀을 넘겨 나올 수 있는 컬의 롯드를 선정하여 사용해야 한다. 시술을 마친 후 눈을 떴을 때 속눈썹이 눈두덩이에 닿거나 걸려서 오히려 컬이 내려오거나 놀리는 형태가 될 수 있기 때문이다.

속눈썹미용의 가장 큰 매력은 다양한 디자인으로 눈의 형태가 변화되고 자연스럽게 이미지가 상승하여 만족을 느끼게 된다는 점에 있다(박정신, 2017). 이에 눈의 형태에 따라 여러 가지 롯드를 사용하여 눈매를 디자인하고 이를 보완할 수 있는 컬을 만들어 주는 것이 전문가의 역할이며, 다양한 컬을 만들 수 있는 롯드와 재료를 준비하고 이를 적절하게 활용할 수 있어야 한다.

속눈썹 펌에 사용되는 롯드와 컬의 종류는 [그림 17]에서 확인할 수 있다.



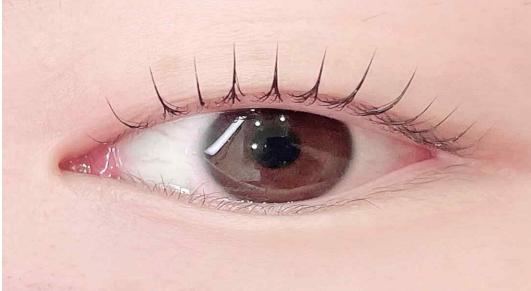
[그림 17] 속눈썹 펌 롯드와 컬의 종류

5) 출처: 반하다뷰티 <https://www.instagram.com/p/C1RcO16vBzE/>

6) 출처: 피카소뷰티 <https://naver.me/xQ8SRgNy>

네 가지 유형으로 눈의 형태를 선정하여 속눈썹 펌의 컬 디자인을 실제로 시술해 보았다. 단점은 최대한 보완할 수 있도록 하고, 눈의 형태와 특징에 맞춰 롳드를 선정해 시술하였다. 속눈썹 펌의 대한 만족도의 차이는 속눈썹의 기본적인 상태와 눈의 형태, 전문가의 능력치에 따라 차이가 있을 것으로 보인다.

눈의 형태에 따른 속눈썹 펌의 컬 디자인 작업물 사진은 [그림 18]과 같다.

구분	작업물 사진
쌍커풀 라인이 굵은 눈매 (업사이즈 U컬)	
무쌍 눈매 (L컬)	
눈 앞머리만 눈꺼풀에 눌리는 눈매 (역방향 C컬)	
눈의 길이가 짧은 눈매 (앞은 L컬 뒤는U컬 = LU컬)	

[그림 18] 눈의 형태에 따른 속눈썹 펌의 컬 디자인

출처: 연구자 제공

쌍커풀 라인이 굵은 눈매는 눈을 떴을 때 쌍커풀에 속눈썹이 말려 들어가거나 닿지 않도록 본래 속눈썹 길이보다 굽게 업사이즈 롯드를 선정하여 자연스러운 U컬로 사용했다. 시술 후 앓은 상태로 눈을 떠 확인하였을 때, 속눈썹 컬이 과하게 말리지 않았기 때문에 쌍커풀에 말려 들어가는 현상이 없어 만족하였다.

무쌍 눈매의 경우 눈을 떴을 때 속눈썹이 눈두덩이에 눌리지 않도록 속눈썹과 눈꺼풀의 공간을 확보할 수 있게 L컬로 사용했으며, L컬 모양으로 속눈썹 컬링이 눈꺼풀 밖으로 나와서부터 시작되기 때문에 눈두덩이에 눌리지 않아 매우 만족하였다.

눈 앞머리만 눈꺼풀에 눌리는 눈매는 눈 앞머리 쪽은 굽은 컬, 눈 꼬리 쪽은 바짝 올라갈 수 있도록 하여 뒤로 갈수록 두꺼워지는 롯드를 반대 방향으로 사용하는 역방향의 C컬을 사용하였다. 눈 앞머리 쪽은 롯드의 굽기에 따라 굽게 말아 올렸기 때문에 속눈썹이 눈두덩이에 눌리지 않으며 공간이 확보되고, 눈의 중앙부터 눈꼬리까지는 바짝 올라갈 수 있어서 만족도가 높았다.

눈의 길이가 짧은 눈매의 경우는 앞쪽은 L컬로 올라가고 뒤로 갈수록 U컬로 컬이 낮아지는 LU컬 형태의 롯드를 사용하였으며, 속눈썹 모방향을 뒤로 길어보이도록 고려하여 고정해 눈의 길이가 길어 보이도록 보완하였고 만족도가 아주 높았다.

이렇듯 여러 가지 눈매의 특징을 파악하여 단점을 가려주는 속눈썹 미용 시술은 외모적 콤플렉스를 극복할 수 있는 부분이 가장 큰 매력으로 느껴지며, 시술의 만족도로 인해 외모의 만족도와 심리적 만족도까지 높아질 것을 유추할 수 있다.

#### 4. 컬러 속눈썹 연장과 헤어 컬러의 조화

한국인의 모발색은 검정부터 회검정, 흑갈색, 붉은 갈색, 밝은 갈색으로 규정되고 있다 (김효진, 2015). 본래 한국인이 가지고 있는 속눈썹 색상에 맞춰 속눈썹 연장 시술에서도 검정색 속눈썹 가모를 가장 많이 사용하는데 이는 눈매를 가장 또렷하게 보이게 하며 마치 마스카라를 한 것 같은 느낌이 들게 하기 때문이다(이영남, 2018).

요즘에는 SNS를 통해 트렌드가 형성되며 그에 맞는 소비가 촉진되는 현상이 나타나고 있다. 이러한 현상으로 모발색 또한 본래의 타고난 모발색으로만 유지하지 않는다. SNS에 나타난 헤어 컬러 트렌드 중 가장 많이 나타난 컬러는 미듐 레벨의 명도와 애쉬컬러로 분석할 수 있었다(박다나, 2019). 헤어 컬러는 이미지 메이킹에 많은 비중을 차지하고 있으며 인상을 좌우하는 중요한 요소로 컬러링 시술을 통해 새로운 이미지를 만들어 낼 수 있다(박정민, 2012).

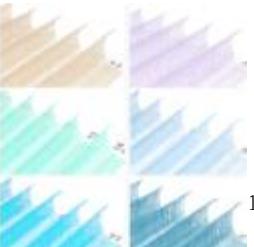
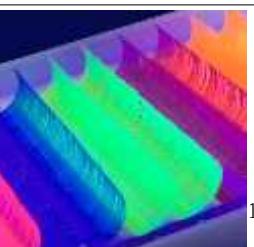
속눈썹은 눈의 점막과 연결되어 있으므로 머리카락처럼 탈색이나 컬러링을 하기는 어려운 부분이 있다. 그러나 직접적인 컬러링 대신 컬러 속눈썹 연장을 통해 다양하게 개성을 나타낼 수 있다. 속눈썹 연장 가모에도 여러가지 색상이 있으며 블랙, 브라운 톤 외에도 파스텔 컬러, 믹스 컬러, 투톤 컬러, 화이트 컬러, 애쉬 컬러, 레인보우 컬러, 네온 컬러 등 여러가지 컬러의 가모가 있다.

다양한 컬러 속눈썹은 미용 대회의 판타지 메이크업이나 특수 분장에 많이 쓰이고, 브라운 톤 속눈썹은 속눈썹연장을 했을 때 눈매가 깊어 보이고 속눈썹이 자연스러워 보이는 효과가 있다(남지영, 2013).

요즘에는 한국에서도 컬러 속눈썹 연장에 대한 관심이 늘고 있으며, 전세계적으로 컬러 속눈썹 연장이 큰 인기이다. 컬러 속눈썹 연장의 장점은 한국인의 원래의 모발색인 블랙 컬러부터 브라운 톤은 물론, 다양한 색상으로 염색된 헤어 톤이나 사용하는 컬러렌즈와도 속눈썹의 컬러를 맞춰 조화롭게 할 수 있다는 것이다. 또한, 색다른 이미지를 연출하거나 개성있는 인상을 줄 수 있다. 눈 꼬리에만 컬러 속눈썹을 연장하여 포인트로 연출하거나 전체적으로 컬러를 섞어서 연장할 수도 있어서 디자인에 따라 각각의 매력을 만들어 낼 수 있다.

이렇게 다양한 기법과 재료를 사용하여 시술하면 속눈썹 미용샵을 방문하는 고객의 시술만족도와 더불어 외모만족도까지 높아질 것으로 예상 할 수 있다.

컬러 속눈썹 연장 가모와 헤어 컬러의 조화에 대한 예시는 다음의 [그림 19]에서 정리하였다.

구분	헤어 컬러	속눈썹 가모 컬러
브라운 톤	 7)	 8)
파스텔 톤	 9)	 10)
레인보우 톤	 11)	 12)
투 톤	 13)	 14)
네온 톤	 15)	 16)

[그림 19] 컬러 속눈썹 연장 가모와 헤어 컬러의 조화

7) 출처: 준오헤어 시흥신세계점 <https://blog.naver.com/solbihair/221848127938>

8) 출처: 세븐뷰티 미용재료 <https://www.7beauty.co.kr/>

9) 출처: 김가헤어 안양점 <https://blog.naver.com/kimgahair/222695524510>

10) 출처: NATUHANA 공식 스토어 <https://www.aliexpress.com/store/4998251?spm>

11) 출처: 라트리헤어 대전점 <https://blog.naver.com/jsjloveis/221986654823>

12) 출처: MASSCAKU 공식 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/4480015?spm>

13) 출처: CHOP헤어 홍대점 <https://blog.naver.com/u0519u/221736945191>

14) 출처: ABONNIE 유니크 속눈썹 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/4456031?spm>

15) 출처: 탤런트헤어 <https://blog.naver.com/talenthair/220821398350>

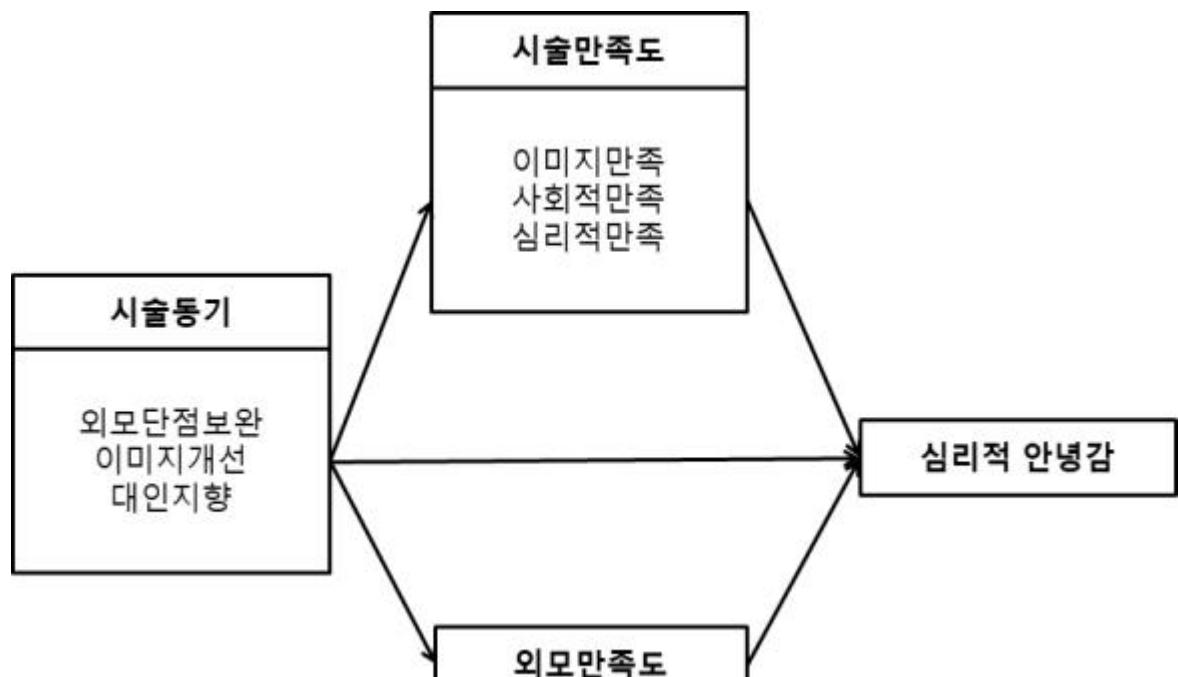
16) 출처: Thinkshow 공식 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/3655034?spm>

## 제 3 장 연구 도구

### 제 1 절 연구 모형

본 장에서는 앞서 살펴본 선행연구들을 바탕으로 실증적 연구를 수행하기 위한 구체적인 연구 가설을 설정한 후에, 연구 모형과 연구 방법을 제시하고자 한다. 선행연구들을 고찰하고, 본 연구의 목적을 고려하여 시술동기를 독립변수로, 심리적 안녕감을 종속변수로, 시술만족도와 외모만족도를 매개변수로 설정하였다.

이를 종합한 연구 모형은 아래 [그림 20]과 같다.



[그림 20] 연구 모형

## 제 2 절 연구 가설

연구 모형에 따라서 제시되는 가설은 다음과 같다.

**가설 1. 속눈썹미용 시술동기는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.**

가설 1-1. 외모단점보완은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 이미지개선은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 대인지향은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

**가설 2. 속눈썹미용 시술동기는 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.**

가설 2-1. 외모단점보완은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1-1. 외모단점보완은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1-2. 외모단점보완은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1-3. 외모단점보완은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 이미지개선은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2-1. 이미지개선은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2-2. 이미지개선은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2-3. 이미지개선은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 대인지향은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3-1. 대인지향은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3-2. 대인지향은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3-3. 대인지향은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

**가설 3. 속눈썹미용 시술동기는 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.**

가설 3-1. 외모단점보완은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 이미지개선은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3. 대인지향은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

**가설 4. 시술만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.**

가설 4-1. 이미지만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2. 사회적만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 4-3. 심리적만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 5 외모만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설 6. 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-1. 외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도가 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-1-1. 외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족의 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-1-2. 외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족의 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-1-3. 외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-2. 이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-2-1. 이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-2-2. 이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-2-3. 이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-3. 대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-3-1. 대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-3-2. 대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 6-3-3. 대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족이 매개효과가 있을 것이다.

가설 7. 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 7-1. 외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 7-2. 이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.

가설 7-3. 대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.

## 제 3 절 조사 설계 및 자료 분석

### 1. 변수의 조작적 정의 및 측정 도구

#### 1) 시술동기

시술동기를 측정하기 위해 심혜정(2023)의 연구에서 측정한 피시술 동기에 대한 척도를 활용하였다. 시술동기는 외모단점보완 3문항, 이미지개선 3문항, 대인지향 3문항으로 구성하였으며, 선행연구에서는 외모단점보완 .783, 이미지개선 .802, 대인지향 .849로 신뢰도가 높게 형성되었다.

시술동기 측정 도구는 <표 8>과 같다.

<표 8> 시술동기 측정 도구

요인	하위요인	문항번호	문항수	Cronbach's $\alpha$
시술동기	외모단점보완	1-3	3	.783
	이미지개선	4-6	3	.802
	대인지향	7-9	3	.849

#### 2) 외모만족도

외모만족도를 측정하기 위해 안병미(2022)의 연구에서 외모만족도 척도를 활용하였으며, 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다. 외모만족도는 6문항으로 구성된 단일요인으로, 선행연구에서는 .845로 신뢰도가 높게 형성되었다.

외모만족도 측정 도구는 <표 9>와 같다.

<표 9> 외모만족도 측정 도구

요인	문항번호	문항수	Cronbach's $\alpha$
외모만족도	1-6	6	.845

### 3) 시술만족도

시술만족도를 측정하기 위해 관천원(2023)의 연구에서 측정한 시술만족도에 대한 척도를 활용하였다. 시술만족도는 심리적만족 4문항, 이미지만족 4문항, 사회적만족 4문항으로 구성되었다. 선행연구에서는 심리적만족 .874, 이미지만족 .902, 대인지향 .885으로 신뢰도가 높게 형성되었다.

시술만족도 측정 도구는 <표 10>과 같다.

<표 10> 시술만족도 측정 도구

요인	하위요인	문항번호	문항수	Cronbach's $\alpha$
시술만족도	심리적만족	1-4	4	.874
	이미지만족	5-8	4	.902
	사회적만족	9-12	4	.885

### 4) 심리적 안녕감

심리적 안녕감을 측정하기 위해 이희영(2021)의 연구에서 활용한 척도를 본 연구에서 활용하였다. 심리적 안녕감은 11문항으로 구성된 단일요인으로, 선행연구에서는 .960으로 신뢰도가 매우 높게 형성되었다.

심리적 안녕감 측정 도구는 <표 11>과 같다.

<표 11> 심리적 안녕감 측정 도구

요인	문항번호	문항수	Cronbach's $\alpha$
심리적 안녕감	1-11	11	.960

## 2. 조사 설계 및 표본 수집

설문의 내용은 선행연구를 통해 고찰한 변수들의 관계와 참조한 측정 도구를 연구 목적에 맞추어 설계하였다. 시술동기를 독립변수로 선정하고, 심리적 안녕감이 종속변수로 선정하였고, 매개변수는 시술만족도와 외모만족도로 선정하였다. 인구 통계학적 문항으로는 성별, 연령, 거주지역, 학력, 직업, 월 소득과 더불어 속눈썹 관련된 문항 등으로 구성하였다. 속눈썹에 관련된 문항으로는 속눈썹미용 시술 경험 횟수, 속눈썹에 대한 고민 경험 유무, 속눈썹미용 시술 시 고려하는 환경적 요인, 속눈썹 미용샵 선택 경로, 속눈썹 미용샵 방문 이유 등을 포함하였다.

분석에 활용하기 위하여 속눈썹 시술 경험이 있는 성인여성을 대상으로 2023년 10월 12일부터 10월 22일까지 온라인 상으로 설문조사를 실시하였으며, 총 223명의 자료를 수집하여 분석하였다.

구체적인 조사 설계 내용은 다음에 제시된 <표 12>와 같다.

<표 12> 조사 설계

변수의 종류	변수 및 하위요인		척도	문항수
외모단점보완				
독립변수	시술동기	이미지개선 대인지향		9
외모만족도				
매개변수	시술만족도	외모만족도	Likert	6
		심리적만족	5점 척도	
		이미지만족 사회적만족		12
종속변수	심리적 안녕감	심리적 안녕감		11

### 3. 통계 분석 방법

본 연구의 자료는 SPSS 25.0 프로그램을 사용하여 다음과 같은 통계 분석을 실시하였다.

첫째, 측정도구의 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였고, 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하여 요인을 구성하는 항목들의 신뢰도를 분석하였다.

둘째, 연구 대상의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였고, 연구 변인의 수준을 파악하기 위해 기술통계 분석을 실시하였다.

셋째, 연구 대상의 일반적 특성에 따라 연구 변인에 차이가 있는지 파악하기 위해 일원배치 분산분석(one-way ANOVA) 및 Scheffe의 사후 검정을 실시하였다.

넷째, 일반적 특성에 따라 속눈썹미용 시술 특성에 차이가 있는지 파악하기 위해 카이제곱검정(chi-squared test)을 실시하였다.

다섯째, 연구변인들 간의 상관관계를 파악하기 위해 상관분석(Pearson's correlation)을 실시하였다.

여섯째, 시술동기가 시술만족도, 외모만족도, 심리적 안녕감에 미치는 영향, 시술만족도, 외모만족도가 심리적 안녕감에 미치는 영향을 검증하기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

일곱째, 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도와 외모만족도의 매개효과를 검증하기 위해 SPSS Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

상기 통계 분석은 유의 수준 5%를 기준으로 통계적 유의성 여부를 판단하였다.

## 제 4 장 연구 결과

### 제 1 절 측정 도구의 타당도와 신뢰도 분석

측정 도구의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인 분석 방법 중 원래의 변수들의 분산 중 가급적 많은 부분을 설명하는 요인을 추출하여 정보손실을 최소화할 수 있는 주성분 분석(principal component analysis)을 사용하였고, 요인의 독립성을 유지하면서 요인 구조가 가장 뚜렷할 때까지 요인을 회전시키는 베리맥스 회전(varimax rotation)을 사용하여 분석하였다. 요인 분류는 고유 값(eigen value)이 1 이상일 때 하나의 요인으로 구성하였으며, 요인 적재량(factor loading)이 .40 이상이면 해당 요인으로 분류하였다(Song, 2016).

#### 1. 시술동기

시술동기는 타당도를 저해하는 1개 항목(1번)이 제외되어 최종적으로 8개의 항목으로 요인 분석을 실시하였다. 요인 분석 결과, KMO 측도는 .825로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p < .001$ ), 요인 분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

시술동기는 3개의 요인으로 분류되었으며, 3개의 요인은 71.823%의 요인 설명력을 보였다. 첫 번째 요인은 2개 항목으로 ‘외모단점보완’, 두 번째 요인은 3개 항목으로 ‘이미지개선’, 세 번째 요인은 3개 항목으로 ‘대인지향’으로 구성되었다.

시술동기의 요인 분석 결과는 다음의 <표 13>과 같다.

&lt;표 13&gt; 시술동기의 요인 분석 결과

항목	요인		
	외모단점 보완	이미지개선	대인지향
나는 속눈썹의 컬모양에 대한 만족감을 높이기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	.845	.164	.290
나는 속눈썹화장에 대한 부담감을 줄이기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	.844	.319	-.005
나는 속눈썹 숱이 적거나 짧은 길이 등을 개선하여 인상에 변화를 주기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	.163	.829	.110
나는 속눈썹 컬과 길이로 인한 얼굴 이미지의 변화가 필요하다고 생각을 하여 속눈썹미용 시술을 받았다.	.270	.801	.260
나는 속눈썹의 변화로 눈 전체의 균형을 맞추기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	.221	.739	.242
나는 나의 주변 사람들에게 속눈썹미용 시술이 유행이기 때문에 속눈썹미용 시술을 받아보게 되었다.	.102	.198	.815
나는 주변 사람들의 적극적인 권유로 속눈썹미용 시술을 받았다.	.125	.135	.834
나는 속눈썹미용도 대인관계나 사회생활에 도움이 된다고 생각해서 속눈썹미용 시술을 받았다.	.108	.458	.531
고유값(eigen value)	1.612	2.270	1.864
공통분산(%)	20.154	28.373	23.295
누적분산(%)	20.154	48.528	71.823
KMO=.825, Bartlett $\chi^2=630.207(p<.001)$			

## 2. 시술만족도

시술만족도는 타당도를 저해하는 2개 항목(4번, 7번)이 제외되어 최종적으로 10개의 항목으로 요인 분석을 실시하였다. 요인 분석 결과, KMO 측도는 .894로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p < .001$ ), 요인 분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

시술만족도는 3개의 요인으로 분류되었으며, 3개의 요인은 79.059%의 요인 설명력을 보였다. 첫 번째 요인은 3개 항목으로 ‘심리적만족’, 두 번째 요인은 4개 항목으로 ‘이미지만족’, 세 번째 요인은 4개 항목으로 ‘사회적만족’으로 구성되었다.

시술만족도의 요인 분석 결과는 다음의 <표 14>와 같다.

&lt;표 14&gt; 시술만족도의 요인 분석 결과

항목	요인		
	심리적 만족	이미지 만족	사회적 만족
속눈썹미용 시술을 받고나면 기분전환이 되고 표정이 밝아지는 느낌을 받는다.	.819	.299	.130
속눈썹미용 시술은 나의 스트레스 해소에 많은 도움을 주었다.	.819	.249	.267
눈썹미용 시술은 나에게 자기효능감을 높여 주었다.	.739	.273	.312
속눈썹미용 시술은 나의 이미지를 새롭게 한다.	.280	.776	.313
속눈썹미용 시술이 나의 외모 자신감 향상에 긍정적인 영향이 있었다.	.525	.681	.265
속눈썹미용 시술은 자신에 대한 투자이고, 보다 나은 나의 모습을 보여줄 수 있는 수단이다.	.283	.826	.198
나는 속눈썹미용 시술 후 좋은 이미지를 전달함으로써 사회생활과 대인관계에 도움이 되었다.	.238	.251	.832
나는 속눈썹미용 시술 후에는 사회생활과 대인관계에 보다 적극적이 되었다.	.212	.201	.871
나는 속눈썹미용도 메이크업처럼 사회생활에 필요하다고 생각한다.	.151	.269	.794
나는 속눈썹미용 시술을 한 후 사회생활 여려면에서 능률이 오른다는 생각이 들곤 한다.	.237	.124	.874
고유값(eigen value)	2.503	2.166	3.238
공통분산(%)	25.025	21.657	32.377
누적분산(%)	25.025	46.682	79.059
KMO=.894, Bartlett $\chi^2=1554.113(p<.001)$			

### 3. 외모만족도

외모만족도는 6개의 항목으로 요인 분석을 실시하였다. 요인 분석 결과, KMO 측도는 .745로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p<.001$ ), 요인 분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

외모만족도는 1개의 요인으로 분류되었으며, 1개의 요인은 49.004%의 요인 설명력을 보였다.

외모만족도의 요인 분석 결과는 아래의 <표 15>와 같다.

<표 15> 외모만족도의 요인 분석 결과

항목	외모만족도
	1
나는 나의 외모에 관심이 있다.	.657
나는 나의 외모가 만족스럽다고 생각한다.	.788
나는 일상생활에서 외모가 중요하다고 생각한다.	.519
나는 나의 외모가 자랑스럽다.	.746
나는 멋진 외모를 가지기 위해 노력한다.	.726
나는 내 외모가 매력이 있다고 생각한다.	.731
고유값(eigen value)	2.940
공통분산(%)	49.004
누적분산(%)	49.004
KMO=.745, Bartlett $\chi^2$ (=495.392( $p<.001$ ))	

#### 4. 심리적 안녕감

심리적 안녕감은 11개의 항목으로 요인 분석을 실시하였다. 요인 분석 결과, KMO 측도는 .930으로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검증 결과 또한 유의하게 나타나( $p<.001$ ), 요인 분석 모형은 적합한 것으로 판단되었다.

심리적 안녕감은 1개의 요인으로 분류되었으며, 1개의 요인은 65.037%의 요인 설명력을 보였다.

심리적 안녕감의 요인 분석 결과는 <표 16>과 같다.

<표 16> 심리적 안녕감의 요인 분석 결과

항목	심리적 안녕감
	1
나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 행복감을 느꼈다.	.709
나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 나 자신을 긍정적으로 생각하게 되었다.	.816
나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 실제로 생동감이 있다고 느꼈다.	.810
나는 속눈썹미용 시술 후 생활이 더 활력이 있는 것 같다.	.861
나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 나 자신을 자랑스럽게 느끼게 되었다.	.838
나는 속눈썹미용 시술 후 성취감을 느끼게 되었다.	.796
나는 속눈썹미용 시술 후 나 자신을 마음껏 표현할 수 있게 되었다.	.811
나는 속눈썹미용 시술 후 내 모습이 주변 사람들에게 좋은 이미지를 준다고 생각한다.	.815
나는 속눈썹미용 시술 후 보여지는 나의 모습이 마음에 듈다.	.745
나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습이 만족스러워서 외출 또는 모임에 가고 싶어졌다.	.815
나는 속눈썹미용 시술 후 사람을 만나는 것이 즐거워 졌다.	.845
고유값(eigen value)	7.154
공통분산(%)	65.037
누적분산(%)	65.037
KMO=.930, Bartlett $\chi^2=2052.823(p<.001)$	

## 5. 신뢰도 분석

본 연구의 설문을 통해 응답자가 일관성 있게 조사에 응하였는지 파악하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도란 측정 대상을 여러 번 측정하였을 때에도 동일한 결과가 나타나고, 어떤 지표를 구성하는 항목들 간에 일관성이 있다는 것을 의미한다.

이를 검증하기 위해 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하였다. 일반적으로 알파 계수가 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 보고 있는데(Hair et al., 2006), 모든 변수의 알파 계수가 0.6 이상으로 나타나 신뢰도가 높은 것으로 판단되었다.

신뢰도 분석 내용은 다음에 제시된 <표 17>과 같다.

<표 17> 신뢰도 분석

	변수	문항 수	Cronbach's $\alpha$
시술동기	외모단점보완	2	.739
	이미지개선	3	.810
	대인지향	3	.701
	전체	8	.836
시술만족도	심리적만족	3	.842
	이미지만족	3	.860
	사회적만족	4	.917
	전체	10	.915
	외모만족도	6	.790
	심리적 안녕감	11	.945

## 제 2 절 연구 대상의 일반적 특성

본 연구를 위해 223명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 연구 대상의 일반적 특성은 다음과 같다.

연령은 20-29세 33명(14.8%), 30-39세 93명(41.7%), 40-49세 50명(22.4%), 50-59세 35명(15.7%), 60세 이상 12명(5.4%)으로 나타났고, 직업은 전업주부 33명(14.8%), 자영업 51명(22.9%), 공무원/회사원(직장인) 53명(23.8%), 교육직(프리랜서 강사 포함) 20명(9.0%), 영업직(보험설계사 등) 14명(6.3%), 서비스직 36명(16.1%), 전문직(의료종사자, 법률종사자 등) 10명(4.5%), 학생 6명(2.7%)으로 나타났으며, 최종학력은 고졸 이하 39명(17.5%), 전문대졸(재학) 58명(26.0%), 대졸(재학) 78명(35.0%), 대학원 이상(재학) 48명(21.5%)으로 나타났다. 월 평균 수입은 100만원 미만 2명(0.9%), 100-200만원 미만 18명(8.1%), 200-300만원 미만 58명(26.0%), 300-400만원 미만 48명(21.5%), 400-500만원 미만 23명(10.3%), 500만원 초과 74명(33.2%)으로 나타났고, 결혼 유무는 미혼 76명(34.1%), 기혼 138명(61.9%), 기타(이혼, 사별, 별거 등) 9명(4.0%)으로 나타났으며, 거주지역은 서울 23명(10.3%), 경기 183명(82.1%), 충청도 4명(1.8%), 경상도 13명(5.8%)으로 나타났다.

연구 대상의 일반적 특성은 다음의 <표 18>과 같다.

&lt;표 18&gt; 연구 대상의 일반적 특성

항목	구분	N	%
연령	20-29세	33	14.8
	30-39세	93	41.7
	40-49세	50	22.4
	50-59세	35	15.7
	60세 이상	12	5.4
직업	전업주부	33	14.8
	자영업	51	22.9
	공무원/회사원(직장인)	53	23.8
	교육직(프리랜서 강사 포함)	20	9.0
	영업직(보험설계사 등)	14	6.3
	서비스직	36	16.1
	전문직(의료종사자, 법률종사자 등)	10	4.5
	학생	6	2.7
	고졸 이하	39	17.5
최종학력	전문대졸(재학)	58	26.0
	대학(재학)	78	35.0
	대학원 이상(재학)	48	21.5
	고졸 이상	2	0.9
월 평균 수입	100-200만원 미만	18	8.1
	200-300만원 미만	58	26.0
	300-400만원 미만	48	21.5
	400-500만원 미만	23	10.3
	500만원 초과	74	33.2
	미혼	76	34.1
결혼 유무	기혼	138	61.9
	기타(이혼, 사별, 별거 등)	9	4.0
	미혼	23	10.3
거주지역	서울	183	82.1
	경기	4	1.8
	충청도	13	5.8
	전체	223	100.0

### 제 3 절 속눈썹미용 시술 특성

속눈썹미용 시술 특성에 대한 결과는 다음과 같다.

속눈썹미용 시술 경험 횟수는 1회 24명(10.8%), 2회-5회 미만 56명(25.1%), 5회-10회 미만 45명(20.2%), 10-20회 미만 33명(14.8%), 20회 초과 65명(29.1%)으로 나타났고, 속눈썹에 대한 고민 경험 유무는 ‘그렇다’ 167명(74.9%), ‘아니다’ 56명(25.1%)으로 나타났으며, 속눈썹에 대해 고민되는 부분은 속눈썹 길이가 짧아서 73명(32.7%), 속눈썹 술이 적어서 57명(25.6%), 속눈썹 컬이 쳐져서 71명(31.8%), 속눈썹 손상이 심해서 12명(5.4%), 기타 10명(4.5%)으로 나타났다. 얼굴에서 속눈썹의 중요성은 ‘전혀 그렇지 않다’ 2명(0.9%), ‘그렇지 않다’ 4명(1.8%), ‘보통이다’ 37명(16.6%), ‘그렇다’ 128명(57.4%), ‘매우 그렇다’ 52명(23.3%)으로 나타났으며, 속눈썹미용 시술 시 고려하는 환경적 요인은 시술장소 3명(1.3%), 시술비용 17명(7.6%), 위생, 안전성 55명(24.7%), 시술전후 서비스 및 관리 37명(16.6%), 시술자의 전문성 111명(49.8%)으로 나타났다. 속눈썹 미용샵 선택 경로는 종이 전단지 광고를 통해서 3명(1.3%), SNS 및 인터넷광고를 통해서 86명(38.6%), 주변 사람의 권유, 소개 124명(55.6%), 간판광고를 통해서 8명(3.6%), 기타 2명(0.9%)으로 나타났다. 적절한 속눈썹미용 가격은 1-3만원 미만 29명(13.0%), 3-5만원 미만 123명(55.2%), 5-7만원 미만 67명(30.0%), 7-10만원 미만 2명(0.9%), 10만원 초과 2명(0.9%)으로 나타났으며, 속눈썹 미용샵 방문 이유는 주기적인 이미지관리로 방문 87명(25.9%), 1회성 이미지개선을 위해서 방문 39명(11.6%), 1회성 행사(결혼식, 여행 등)로 인해 방문 54명(16.1%), 자기만족감을 위해서 방문 142명(42.3%), 속눈썹 건강관리(속눈썹 복원술, 눈을찌르는 속눈썹 등)를 위해서 방문 14명(4.2%)으로 나타났다. 속눈썹 미용샵에서 받아본 시술은 속눈썹 연장 172명(37.6%), 속눈썹 펌 163명(35.7%), 속눈썹 복구펌 10명(2.2%), 속눈썹 복원술 및 생장술 8명(1.8%), 속눈썹 클리닉 19명(4.2%), 속눈썹 연장제거 54명(11.8%), 속눈썹 샴푸 15명(3.3%), Led 속눈썹 연장 7명(1.5%), 속눈썹 포인트연장 9명(2.0%)으로 나타났다. 속눈썹 미용샵 방문 주기는 1주-2주 이내 3명(1.3%), 2주-3주 이내 16명(7.2%), 3주-4주 이내 41명(18.4%), 4주-5주 이내 43명(19.3%), 5주-6주 이내 24명(10.8%), 6주-7주 이내 14명(6.3%), 7주-8주 이내 16명(7.2%), 8주-10주 이내 9명(4.0%), 10주 이상 57명(25.6%)으로 나타났고, 속눈썹미용에 소비하는 1회 비용은 3만원 미만 26명(11.7%), 3만원-6만원 미만 156명(70.0%), 6만원-9만원 미만 37명(16.6%), 9만원-12만원 미만 2명(0.9%), 12만원 초과 2명(0.9%)으로 나타났으며, 방문하는 샵의 형태는 개인샵 175명(78.5%), 프랜

차이즈 6명(2.7%), 토탈뷰티샵 42명(18.8%), 기타 0명(0.0%)으로 나타났다. 속눈썹미용 시술 이유는 눈을 커보이게 하기 위하여 25명(11.2%), 속눈썹이 길고 술이 많게 하기 위하여 58명(26.0%), 눈매가 선명하게 보이게 하기 위하여 122명(54.7%), 속눈썹 건강 개선을 위하여(손상된 속눈썹, 찌르는 속눈썹) 8명(3.6%), 기타 10명(4.5%)으로 나타났고, 속눈썹미용 시술 후 가장 만족하는 눈의 변화는 ‘눈이 예뻐 보인다’ 79명(35.4%), ‘눈이 커 보인다’ 14명(6.3%), ‘눈이 선명해 보인다’ 88명(39.5%), ‘속눈썹이 길게 보인다’ 27명(12.1%), ‘속눈썹이 풍성해 보인다’ 15명(6.7%)으로 나타났으며, 속눈썹미용이 가장 크게 영향을 주는 것은 메이크업 시간 단축 106명(47.5%), 이미지 변화 89명(39.9%), 자신감 변화 26명(11.7%), 기타 2명(0.9%)으로 나타났다. 속눈썹미용 시술과 이미지메이킹의 연관성은 ‘그렇다’ 214명(96.0%), ‘아니다’ 9명(4.0%)으로 나타났고, 속눈썹미용 시술 후 가장 만족스러운 변화는 눈 콤플렉스 완화 25명(11.2%), 눈 이미지 91명(40.8%), 얼굴전체 이미지 91명(40.8%), 심리적인 부분 14명(6.3%), 기타 2명(0.9%)으로 나타났으며, 후관리 용품(속눈썹 영양제 등) 구매 의향은 ‘그렇다’ 174명(78.0%), ‘아니다’ 49명(22.0%)으로 나타났다. 시술이 비쌀수록 기술이 더 좋다고 생각하는지는 ‘그렇다’ 34명(15.2%), ‘아니다’ 189명(84.8%)으로 나타났고, 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향은 ‘그렇다’ 211명(94.6%), ‘아니다’ 12명(5.4%)으로 나타났으며, 속눈썹미용 시술 시 가장 중요한 점 1순위는 시술비용 15명(6.7%), 시술부위의 유지력 80명(35.9%), 원하는 스타일 35명(15.7%), 시술장소의 거리적 접근성 11명(4.9%), 시술자의 전문성 82명(36.8%)으로 나타났다.

속눈썹미용 시술 특성은 다음의 <표 19>과 같다.

&lt;표 19&gt; 속눈썹미용 시술 특성

항목	구분	N	%
속눈썹 시술 경험 횟수	1회	24	10.8
	2회-5회 미만	56	25.1
	5회-10회 미만	45	20.2
	10-20회 미만	33	14.8
	20회 초과	65	29.1
속눈썹에 대한 고민 경험	그렇다	167	74.9
	아니다	56	25.1
속눈썹에 대해 고민되는 부분	속눈썹 길이가 짧아서	73	32.7
	속눈썹 숱이 적어서	57	25.6
	속눈썹 컬이 쳐져서	71	31.8
	속눈썹 손상이 심해서	12	5.4
	기타	10	4.5
얼굴에서 속눈썹의 중요성	전혀 그렇지 않다	2	0.9
	그렇지 않다	4	1.8
	보통이다	37	16.6
	그렇다	128	57.4
	매우 그렇다	52	23.3
속눈썹미용 시술 시 고려하는 환경적 요인	시술장소	3	1.3
	시술비용	17	7.6
	위생, 안전성	55	24.7
	시술전후 서비스 및 관리	37	16.6
	시술자의 전문성	111	49.8
속눈썹 미용샵 선택 경로	종이 전단지 광고를 통해서	3	1.3
	SNS 및 인터넷 광고를 통해서	86	38.6
	주변 사람의 권유, 소개	124	55.6
	간판광고를 통해서	8	3.6
	기타	2	0.9
적절한 속눈썹미용 가격	1-3만원 미만	29	13.0
	3-5만원 미만	123	55.2
	5-7만원 미만	67	30.0
	7-10만원 미만	2	0.9
	10만원 초과	2	0.9

항목	구분	N	%
속눈썹 미용샵 방문 이유 (n=336)	주기적인 이미지관리로 방문	87	25.9
	1회성 이미지개선을 위해서 방문	39	11.6
	1회성 행사(결혼식, 여행 등)로 인해 방문	54	16.1
	자기만족감을 위해서 방문	142	42.3
	속눈썹 건강관리(속눈썹 복원술, 눈을 찌르는 속눈썹 등)를 위해서 방문	14	4.2
속눈썹 미용샵에서 받아본 시술 (n=457)	속눈썹 연장	172	37.6
	속눈썹 펌	163	35.7
	속눈썹 복구펌	10	2.2
	속눈썹 복원술 및 생장술	8	1.8
	속눈썹 클리닉	19	4.2
	속눈썹 연장제거	54	11.8
	속눈썹 샴푸	15	3.3
	Led 속눈썹 연장	7	1.5
	속눈썹 포인트 연장	9	2.0
속눈썹 미용샵 방문 주기	1주-2주 이내	3	1.3
	2주-3주 이내	16	7.2
	3주-4주 이내	41	18.4
	4주-5주 이내	43	19.3
	5주-6주 이내	24	10.8
	6주-7주 이내	14	6.3
	7주-8주 이내	16	7.2
	8주-10주 이내	9	4.0
	10주 이상	57	25.6
속눈썹미용에 소비하는 1회 비용	3만원 미만	26	11.7
	3만원-6만원 미만	156	70.0
	6만원-9만원 미만	37	16.6
	9만원-12만원 미만	2	0.9
	12만원 초과	2	0.9
방문하는 샵의 형태	개인샵	175	78.5
	프랜차이즈	6	2.7
	토탈뷰티샵	42	18.8
	기타	0	0.0
속눈썹미용 시술 이유	눈을 커보이게 하기 위하여	25	11.2
	속눈썹이 길고 숯이 많게 하기 위하여	58	26.0
	눈매가 선명하게 보이게 하기 위하여	122	54.7
	속눈썹 건강개선을 위하여 (손상된 속눈썹, 찌르는 속눈썹)	8	3.6
	기타	10	4.5

항목	구분	N	%
속눈썹미용 시술 후 가장 만족하는 눈의 변화	눈이 예뻐 보인다	79	35.4
	눈이 커 보인다	14	6.3
	눈이 선명해 보인다	88	39.5
	속눈썹이 길게 보인다	27	12.1
속눈썹미용이 가장 크게 영향을 주는 것	속눈썹이 풍성해 보인다	15	6.7
	메이크업 시간 단축	106	47.5
	이미지 변화	89	39.9
	자신감 변화	26	11.7
속눈썹미용 시술과 이미지메이킹의 연관성	기타	2	0.9
	그렇다	214	96.0
	아니다	9	4.0
속눈썹미용 시술 후 가장 만족스러운 변화	눈 콤플렉스 완화	25	11.2
	눈 이미지	91	40.8
	얼굴전체 이미지	91	40.8
	심리적인 부분	14	6.3
후관리 용품 구매 의향	기타	2	0.9
	그렇다	174	78.0
	아니다	49	22.0
시술이 비쌀수록 기술이 더 좋다고 생각하는지	그렇다	34	15.2
	아니다	189	84.8
속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향	그렇다	211	94.6
	아니다	12	5.4
속눈썹미용 시술 시 가장 중요한 점 1순위	시술비용	15	6.7
	시술부위의 유지력	80	35.9
	원하는 스타일	35	15.7
	시술장소의 거리적 접근성	11	4.9
전체	시술자의 전문성	82	36.8
	전체	223	100.0

## 제 4 절 기술통계 분석

본 연구에서 측정한 연구 변인의 수준을 파악하기 위해 평균과 표준편차를 산출하였다. 시술동기의 평균은 5점 만점에 3.33으로 나타났고, 하위요인의 평균은 외모단점보완 3.94, 이미지개선 3.54, 대인지향 2.73으로 나타났다. 시술만족도의 평균은 5점 만점에 3.74로 나타났고, 하위요인의 평균은 심리적만족 4.04, 이미지만족 4.07, 사회적만족 3.27로 나타났다. 외모만족도의 평균은 5점 만점에 3.68로 나타났고, 심리적 안녕감의 평균은 5점 만점에 3.64으로 나타났다.

또한 변수들의 정규성 가정 충족 여부를 판단하기 위하여 왜도(skewness)와 첨도(kurtosis)를 산출하였다. 왜도는 절댓값 3 미만, 첨도는 절댓값 10 미만이면 정규 분포에 근사하는 것으로 판단하는데(Kline, 2016), 모든 변수가 정규성 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

자세한 기술통계 분석은 <표 20>과 같다.

<표 20> 기술통계 분석

	변수	최솟값	최댓값	평균	표준편차	왜도	첨도
시술동기	외모단점보완	1.00	5.00	3.94	0.99	-1.43	1.78
	이미지개선	1.00	5.00	3.54	1.03	-0.75	0.08
	대인지향	1.00	5.00	2.73	0.96	0.20	-0.39
전체		1.00	5.00	3.33	0.81	-0.56	0.55
시술만족도	심리적만족	1.00	5.00	4.04	0.75	-0.61	0.55
	이미지만족	1.00	5.00	4.07	0.69	-1.01	2.12
	사회적만족	1.00	5.00	3.27	1.00	-0.27	-0.55
전체		1.00	5.00	3.74	0.71	-0.43	0.49
외모만족도		2.17	5.00	3.68	0.55	0.20	0.28
심리적 안녕감		1.00	5.00	3.64	0.73	-0.46	0.39

## 제 5 절 일반적 특성에 따른 연구 변인의 차이

연구 대상의 일반적 특성에 따라 연구 변인에 차이가 있는지 파악하기 위해 일원 배치 분산 분석(one-way ANOVA) 및 Scheffe의 사후 검정을 실시하였다.

### 1. 일반적 특성에 따른 시술동기의 차이

연구 대상의 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무에 따른 시술동기는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다( $p>.05$ ). 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무와 상관없이 비슷한 수준의 시술동기를 보였다고 할 수 있다.

일반적 특성에 따른 시술동기의 차이는 <표 21>과 같다.

<표 21> 일반적 특성에 따른 시술동기의 차이

항목	구분	N	Mean	S.D	F	p (Scheffe)
연령	20-29세	33	3.39	0.67	0.326	.861
	30-39세	93	3.39	0.74		
	40-49세	50	3.27	0.93		
	50-59세	35	3.26	0.85		
	60세 이상	12	3.24	1.04		
직업	전업주부	33	3.16	0.76	1.084	.375
	자영업	51	3.53	0.86		
	공무원/회사원	53	3.20	0.87		
	교육직	20	3.39	0.95		
	영업직	14	3.56	0.71		
	서비스직	36	3.33	0.64		
	전문직	10	3.18	0.74		
최종학력	학생	6	3.38	0.68	2.258	.083
	고졸 이하	39	3.33	0.80		
	전문대졸(재학)	58	3.36	0.85		
	대학원 이상(재학)	48	3.09	0.85		
월 평균 수입	200만원 미만	20	3.37	0.81	1.347	.253
	200-300만원 미만	58	3.29	0.78		
	300-400만원 미만	48	3.14	0.88		
	400-500만원 미만	23	3.55	0.63		
	500만원 초과	74	3.42	0.82		
결혼 유무	미혼	76	3.32	0.76	1.626	.199
	기혼	138	3.37	0.82		
	기타	9	2.88	1.02		

## 2. 일반적 특성에 따른 시술만족도의 차이

연구 대상의 최종학력에 따른 시술만족도는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F=2.797$ ,  $p<.05$ ). 전문대출(재학)이 대학원 이상(재학)보다 시술만족도가 더 높게 나타났다.

최종학력이 높을수록 시술에 대해 더 포괄적으로 원하는 것이 많을 것으로 예상된다. 이런 고객들을 위해 전문성은 물론, 시술에 대한 만족도를 높일 수 있는 서비스와 품질이 필요할 것으로 보인다.

일반적 특성에 따른 시술만족도의 차이는 <표 22>와 같다.

<표 22> 일반적 특성에 따른 시술만족도의 차이

항목	구분	N	Mean	S.D	F	p (Scheffe)
연령	20-29세	33	3.73	0.64	0.343	.849
	30-39세	93	3.78	0.68		
	40-49세	50	3.70	0.82		
	50-59세	35	3.78	0.69		
	60세 이상	12	3.55	0.81		
직업	전업주부	33	3.62	0.76	1.823	.084
	자영업	51	3.88	0.83		
	공무원/회사원	53	3.56	0.64		
	교육직	20	3.85	0.61		
	영업직	14	3.93	0.69		
	서비스직	36	3.92	0.53		
	전문직	10	3.43	0.91		
최종학력	학생	6	3.50	0.68	2.797*	(d<b)
	고졸 이하 <sup>a</sup>	39	3.83	0.71		
	전문대출(재학) <sup>b</sup>	58	3.86	0.71		
	대출(재학) <sup>c</sup>	78	3.76	0.65		
	대학원 이상(재학) <sup>d</sup>	48	3.49	0.77		
월 평균 수입	200만원 미만	20	3.85	0.74	0.743	.564
	200-300만원 미만	58	3.67	0.68		
	300-400만원 미만	48	3.65	0.70		
	400-500만원 미만	23	3.87	0.75		
	500만원 초과	74	3.79	0.74		
결혼 유무	미혼	76	3.70	0.66	1.136	.323
	기혼	138	3.79	0.75		
	기타	9	3.46	0.59		

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001

### 3. 일반적 특성에 따른 외모만족도의 차이

연구 대상의 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무에 따른 외모만족도는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다( $p>.05$ ). 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무와 상관없이 비슷한 수준의 외모만족도를 보였다고 할 수 있다.

일반적 특성에 따른 외모만족도의 차이는 <표 23>과 같다.

<표 23> 일반적 특성에 따른 외모만족도의 차이

항목	구분	N	Mean	S.D	F	p (Scheffe)
연령	20-29세	33	3.72	0.42	0.117	.976
	30-39세	93	3.68	0.58		
	40-49세	50	3.65	0.64		
	50-59세	35	3.66	0.46		
	60세 이상	12	3.72	0.57		
직업	전업주부	33	3.53	0.53	0.607	.750
	자영업	51	3.72	0.70		
	공무원/회사원	53	3.68	0.48		
	교육직	20	3.80	0.40		
	영업직	14	3.67	0.51		
	서비스직	36	3.69	0.56		
	전문직	10	3.65	0.53		
최종학력	학생	6	3.86	0.19	1.883	.133
	고졸 이하	39	3.52	0.61		
	전문대졸(재학)	58	3.78	0.63		
	대학원 이상(재학)	48	3.70	0.42		
월 평균 수입	200만원 미만	20	3.76	0.46	0.786	.535
	200-300만원 미만	58	3.62	0.49		
	300-400만원 미만	48	3.64	0.55		
	400-500만원 미만	23	3.60	0.70		
	500만원 초과	74	3.75	0.57		
결혼 유무	미혼	76	3.71	0.58	0.482	.618
	기혼	138	3.67	0.53		
	기타	9	3.54	0.63		

#### 4. 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감의 차이

연구 대상의 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무에 따른 심리적 안녕감은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다( $p>.05$ ). 연령, 직업, 최종학력, 월 평균 수입, 결혼 유무와 상관없이 비슷한 수준의 심리적 안녕감을 보였다고 할 수 있다.

일반적 특성에 따른 심리적 안녕감의 차이는 <표 24>와 같다.

<표 24> 일반적 특성에 따른 심리적 안녕감의 차이

항목	구분	N	Mean	S.D	F	p (Scheffe)
연령	20-29세	33	3.81	0.69	0.667	.615
	30-39세	93	3.63	0.72		
	40-49세	50	3.57	0.78		
	50-59세	35	3.63	0.65		
	60세 이상	12	3.52	0.87		
직업	전업주부	33	3.59	0.74	1.017	.420
	자영업	51	3.70	0.90		
	공무원/회사원	53	3.45	0.63		
	교육직	20	3.68	0.55		
	영업직	14	3.77	0.77		
	서비스직	36	3.81	0.57		
	전문직	10	3.56	0.98		
	학생	6	3.76	0.61		
최종학력	고졸 이하	39	3.62	0.77	1.985	.117
	전문대졸(재학)	58	3.74	0.76		
	대학원 이상(재학)	48	3.43	0.72		
	대학원 대졸(재학)	78	3.71	0.66		
월 평균 수입	200만원 미만	20	3.82	0.67	0.889	.471
	200-300만원 미만	58	3.55	0.69		
	300-400만원 미만	48	3.55	0.78		
	400-500만원 미만	23	3.70	0.69		
	500만원 초과	74	3.70	0.75		
결혼 유무	미혼	76	3.65	0.70	1.006	.367
	기혼	138	3.65	0.75		
	기타	9	3.30	0.53		

## 제 6 절 일반적 특성에 따른 속눈썹미용 시술 특성의 차이

일반적 특성에 따라 속눈썹미용 시술 특성에 차이가 있는지 파악하기 위해 카이제곱검정(chi-squared test)을 실시하였다.

### 1. 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이

연구 대상의 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=37.244$ ,  $p<.01$ ). 20-29세는 SNS 및 인터넷광고의 비율이 가장 높았고, 30-39세, 40-49세, 50-59세, 60세 이상은 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 가장 높았으며, 연령이 높을수록 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 높았다.

20대의 경우 SNS를 가장 많이 사용하는 연령대로서 손쉽게 인터넷 광고를 확인할 수 있고 검색할 수 있을 것으로 보인다. 연령이 높아질수록 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 높아지는 것으로 보아 속눈썹 미용샵의 마케팅적 부분에서 자신의 샵의 타겟층이 되는 연령대에 맞춰 소개고객의 유입을 높일 수 있는 마케팅이나 SNS마케팅을 적절하게 이용해야 할 것으로 보인다.

연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이는 <표 25>와 같다.

<표 25> 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이

항목	구분	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
선택 경로	종이 전단지 광고	1(3.0)	0(0.0)	1(2.0)	0(0.0)	1(8.3)	37.244** (.002)
	SNS 및 인터넷광고	19(57.6)	44(47.3)	14(28.0)	8(22.9)	1(8.3)	
	주변 사람의 권유, 소개	10(30.3)	48(51.6)	30(60.0)	26(74.3)	10(83.3)	
	간판광고	3(9.1)	0(0.0)	4(8.0)	1(2.9)	0(0.0)	
	기타	0(0.0)	1(1.1)	1(2.0)	0(0.0)	0(0.0)	
전체		33(100.0)	93(100.0)	50(100.0)	35(100.0)	12(100.0)	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001

## 2. 직업에 따른 후관리 용품 구매 의향의 차이

연구 대상의 직업에 따른 후관리 용품(속눈썹 영양제 등) 구매 의향은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=14.867$ ,  $p<.05$ ). 영업직, 자영업, 서비스직, 공무원/회사원, 교육직, 전문직, 학생, 전업주부 순으로 후관리 용품 구매 의향이 높게 나타났다.

영업직, 자영업, 서비스직의 경우 외모적 이미지가 노출되는 일이 많은 직업이므로 외모에 대한 관심도도 높을 것으로 예상된다. 이에 따라 후관리 용품으로 외모를 관리하는 부분에 있어 구매 의향이 충분히 있을 것으로 보인다.

직업에 따른 후관리 용품 구매 의향의 차이는 <표 26>과 같다.

<표 26> 직업에 따른 후관리 용품 구매 의향의 차이

항목	구분	전업 주부	자영업	공무원/ 회사원	교육직	영업직	서비스직	전문직	학생	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
후관리 용품	그렇다	19(57.6)	44(86.3)	42(79.2)	14(70.0)	13(92.9)	31(86.1)	7(70.0)	4(66.7)	14.867*
구매 의향	아니다	14(42.4)	7(13.7)	11(20.8)	6(30.0)	1(7.1)	5(13.9)	3(30.0)	2(33.3)	(.038)
전체		33(100.0)	51(100.0)	53(100.0)	20(100.0)	14(100.0)	36(100.0)	10(100.0)	6(100.0)	

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

### 3. 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분의 차이

연구 대상의 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=29.873$ ,  $p<.01$ ). 고졸 이하와 대졸은 속눈썹 컬이 쳐져서 비율이 가장 높았고, 전문대졸과 대학원 이상은 속눈썹 길이가 짧아서의 비율이 가장 높았다.

속눈썹 컬이 쳐져서 고민이라는 경우는 속눈썹 펌 시술을 받기 위해 속눈썹 미용샵을 방문했을 것이고 속눈썹 길이가 짧아서 고민이라는 경우는 속눈썹 연장 시술을 받기 위해 방문했을 것으로 보여지며, 이에 학력에 따라 고민되는 부분의 차이라고 보기보다는 개인의 콤플렉스에 의한 고민으로 여겨진다.

학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분의 차이는 <표 27>과 같다.

<표 27> 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분의 차이

항목	구분	고졸 이하		전문대졸		대학원 이상		$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)			
속눈썹에 대해 고민되는 부분	속눈썹 길이가 짧아서	12(30.8)	26(44.8)	17(21.8)	18(37.5)			29.873** .003
	속눈썹 숱이 적어서	12(30.8)	13(22.4)	22(28.2)	10(20.8)			
	속눈썹 컬이 쳐져서	13(33.3)	7(12.1)	34(43.6)	17(35.4)			
	속눈썹 손상이 심해서	2(5.1)	5(8.6)	3(3.8)	2(4.2)			
	기타	0(0.0)	7(12.1)	2(2.6)	1(2.1)			
전체		39(100.0)	58(100.0)	78(100.0)	48(100.0)			

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

#### 4. 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향의 차이

연구 대상의 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향은 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2=11.774$ ,  $p<.05$ ). 200만원 미만과 200-300만원 미만의 비율이 100%로 가장 높았고, 다음으로 500만원 초과, 300-400만원 미만, 400-500만원 미만 순으로 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향이 높게 나타났다.

월 평균 수입이 적을수록 연령이 낮을 것으로 예상된다. 연령대가 낮을수록 속눈썹미용 시술을 처음 받아보는 경우가 많았을 것으로 생각했을 때, 시술 후 이미지의 변화에 더 크게 와닿았을 것이며 만족도 또한 높았을 것이다. 이를 토대로 지인과 가족에게 권유할 의향이 커졌을 것으로 생각된다.

월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향의 차이는 <표 28>과 같다.

<표 28> 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향의 차이

항목	구분	200만원	200-300	300-400	400-500	500만원	$\chi^2(p)$
		미만	만월	미만	만월	미만	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
지인, 가족	그렇다	20(100.0)	58(100.0)	44(91.7)	19(82.6)	70(94.6)	11.774*
권유 의향	아니다	0(0.0)	0(0.0)	4(8.3)	4(17.4)	4(5.4)	(.019)
전체		20(100.0)	58(100.0)	48(100.0)	23(100.0)	74(100.0)	

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

### 5. 결혼 유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수, 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이

연구 대상의 결혼 유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수, 속눈썹 미용샵 선택 경로는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 속눈썹 시술 경험 횟수는 5회 이상 비율이 미혼, 기혼, 기타 순으로 높았다( $\chi^2=16.377$ ,  $p<.05$ ). 속눈썹 미용샵 선택 경로는 미혼, 기혼, 기타 모두 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 가장 높았는데 기타, 기혼, 미혼 순으로 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 높았고, SNS 및 인터넷광고의 비율은 미혼이 가장 높았다( $\chi^2=16.652$ ,  $p<.05$ ).

결혼 유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수의 차이와 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이는 <표 29>와 같다.

<표 29> 결혼 유무에 따른 속눈썹 시술 경험 횟수, 속눈썹 미용샵 선택 경로의 차이

항목	구분	미혼	기혼	기타	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	
경험 횟수	1회	3(3.9)	18(13.0)	3(33.3)	16.377* (.037)
	2회~5회 미만	18(23.7)	37(26.8)	1(11.1)	
	5회~10회 미만	17(22.4)	28(20.3)	0(0.0)	
	10~20회 미만	17(22.4)	15(10.9)	1(11.1)	
선택 경로	20회 초과	21(27.6)	40(29.0)	4(44.4)	16.652* (.034)
	종이 전단지 광고	0(0.0)	2(1.4)	1(11.1)	
	SNS 및 인터넷광고	35(46.1)	50(36.2)	1(11.1)	
	주변 사람의 권유, 소개	36(47.4)	81(58.7)	7(77.8)	
	간판광고	5(6.6)	3(2.2)	0(0.0)	
	기타	0(0.0)	2(1.4)	0(0.0)	
전체		76(100.0)	138(100.0)	9(100.0)	

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

## 제 7 절 상관 분석

본 연구의 변인 간 상관관계를 파악하기 위해 Pearson의 상관분석을 실시하였다.

심리적 안녕감은 시술동기와 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고( $r=.592$ ,  $p<.001$ ), 시술동기의 하위요인인 외모단점보완( $r=.448$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $r=.502$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $r=.486$ ,  $p<.001$ )과도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다. 심리적 안녕감은 시술만족도와 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고( $r=.878$ ,  $p<.001$ ), 시술만족도의 하위요인인 심리적만족( $r=.699$ ,  $p<.001$ ), 이미지만족( $r=.720$ ,  $p<.001$ ), 사회적만족( $r=.805$ ,  $p<.001$ )과도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다. 심리적 안녕감은 외모만족도와도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다( $r=.384$ ,  $p<.001$ ).

시술만족도는 시술동기와 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고( $r=.644$ ,  $p<.001$ ), 시술동기의 하위요인인 외모단점보완( $r=.460$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $r=.553$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $r=.540$ ,  $p<.001$ )과도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다.

외모만족도는 시술동기와 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 보였고( $r=.307$ ,  $p<.001$ ), 시술동기의 하위요인인 외모단점보완( $r=.295$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $r=.180$ ,  $p<.01$ ), 대인지향( $r=.296$ ,  $p<.001$ )과도 유의한 정(+)적 상관관계를 보였다.

상관 분석 내용은 다음에 제시된 <표 30>과 같다.

<표 30> 상관 분석

	시술 동기	외모 단점보완	이미지 개선	대인 지향	시술 만족도	심리적 만족도	이미지 만족도	사회적 만족도	외모 만족도	심리적 안녕감
시술동기	1									
외모단점보완	.721***	1								
이미지개선	.875***	.525***	1							
대인지향	.817***	.375***	.539***	1						
시술만족도	.644***	.460***	.553***	.540***	1					
심리적만족	.564***	.473***	.504***	.405***	.825***	1				
이미지만족	.550***	.472***	.496***	.382***	.835***	.715***	1			
사회적만족	.551***	.313***	.449***	.542***	.894***	.544***	.573***	1		
외모만족도	.307***	.295***	.180**	.296***	.354***	.324***	.321***	.286***	1	
심리적 안녕감	.592***	.448***	.502***	.486***	.878***	.699***	.720***	.805***	.384***	1

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$

## 제 8 절 매개효과 분석

### 1. 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과

시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 시술동기가 매개변수인 시술만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며( $\beta=.644$ ,  $p<.001$ ), 시술만족도에 대한 시술동기의 설명력은 41.4%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 시술동기가 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며( $\beta=.592$ ,  $p<.001$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기의 설명력은 35.0%로 나타났다. 3단계에서 매개변수인 시술만족도는 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있고( $\beta=.848$ ,  $p<.001$ ), 시술동기의 심리적 안녕감에 영향은 유의하지 않았으며( $p>.05$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기와 시술만족도의 설명력은 77.1%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 시술동기가 매개변수인 시술만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 시술만족도가 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 시술만족도를 통한 시술동기의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

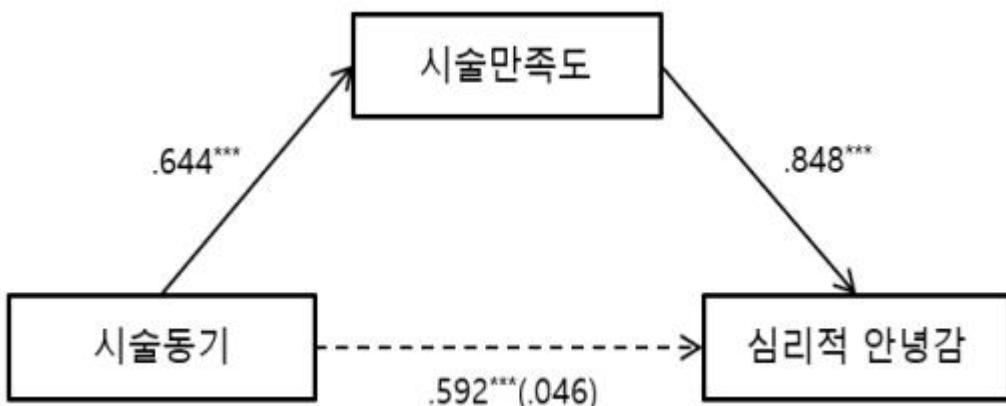
매개변수가 포함된 3단계에서 시술동기의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하지 않았으므로 시술만족도는 시술동기와 심리적 안녕감의 관계를 완전 매개한다고 할 수 있다. 즉, 시술동기는 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 시술만족도를 통해서 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 31>, [그림 21]과 같다.

&lt;표 31&gt; 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	시술만족도	시술동기	0.569	0.046	.644	12.504***	<.001	156.354*** (.414)
2	심리적 안녕감	시술동기	0.531	0.049	.592	10.914***	<.001	119.121*** (.350)
3	심리적 안녕감	시술동기	0.041	0.038	.046	1.092	.276	371.041***
		시술만족도	0.862	0.043	.848	20.128***	<.001	(.771)

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 21] 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 시술만족도의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기가 시술만족도를 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 32>와 같다.

<표 32> 부트스트랩을 통한 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
시술동기 → 시술만족도 → 심리적 안녕감	0.490	0.053	0.393	0.600

## 2. 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과

시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 시술동기가 매개변수인 외모만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며( $\beta=.307$ ,  $p<.001$ ), 외모만족도에 대한 시술동기의 설명력은 9.4%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 시술동기가 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며( $\beta=.592$ ,  $p<.001$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기의 설명력은 35.0%로 나타났다. 3단계에서 독립변수인 시술동기( $\beta=.523$ ,  $p<.001$ )와 매개변수인 외모만족도( $\beta=.223$ ,  $p<.001$ )는 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기와 외모만족도의 설명력은 39.5%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 시술동기가 매개변수인 외모만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 외모만족도가 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 외모만족도를 통한 시술동기의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

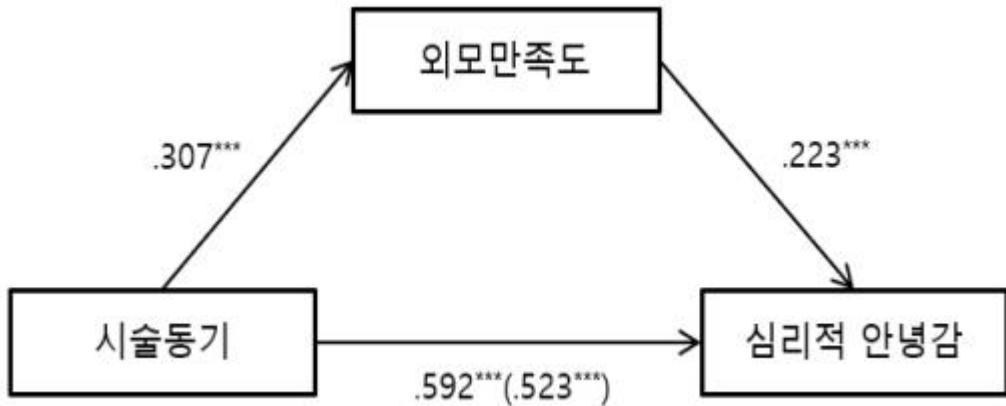
매개변수가 포함된 3단계에서 시술동기의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하므로 외모만족도는 시술동기와 심리적 안녕감의 관계를 부분 매개한다고 할 수 있다. 즉 시술동기는 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치고, 외모만족도를 통해서도 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 33>, [그림 22]와 같다.

<표 33> 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	외모만족도	시술동기	0.209	0.044	.307	4.801***	<.001	23.046*** (.094)
2	심리적 안녕감	시술동기	0.531	0.049	.592	10.914***	<.001	119.121*** (.350)
3	심리적 안녕감	시술동기 외모만족도	0.470 0.295	0.049 0.073	.523 .223	9.498*** 4.048***	<.001 <.001	71.900*** (.395)

\*  $p<.05$  \*\*  $p<.01$  \*\*\*  $p<.001$



[그림 22] 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 외모만족도의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기가 외모만족도를 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 34>와 같다.

<표 34> 부트스트랩을 통한 시술동기와 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
시술동기 → 외모만족도 → 심리적 안녕감	0.062	0.024	0.021	0.112

### 3. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과

시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.195$ ,  $p<.01$ ), 이미지개선( $\beta=.280$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.316$ ,  $p<.001$ )이 매개변수인 시술만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 시술만족도에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 41.5%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.219$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.239$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.275$ ,  $p<.001$ )이 종속변수인 심리적 안녕감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 35.2%로 나타났다. 3단계에서 매개변수인 시술만족도는 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있고( $\beta=.848$ ,  $p<.001$ ), 독립변수인 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향은 유의하지 않았으며( $p>.05$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인과 시술만족도의 설명력은 77.3%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향이 매개변수인 시술만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 시술만족도가 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 시술만족도를 통한 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

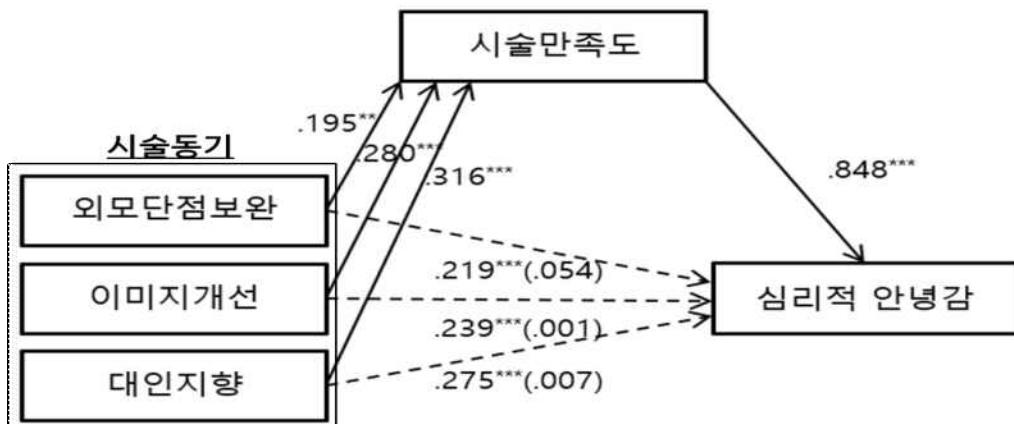
매개변수가 포함된 3단계에서 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하지 않았으므로 시술만족도는 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계를 완전 매개한다고 할 수 있다. 이는 시술동기의 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 시술만족도를 통해서 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 35>, [그림 23]과 같다.

&lt;표 35&gt; 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	시술만족도	외모단점보완	0.141	0.044	.195	3.177**	.002	51.794*** (.415)
		이미지개선	0.195	0.047	.280	4.156***	<.001	
		대인지향	0.234	0.046	.316	5.113***	<.001	
2	심리적 안녕감	외모단점보완	0.162	0.048	.219	3.404***	<.001	39.614*** (.352)
		이미지개선	0.169	0.050	.239	3.364***	<.001	
		대인지향	0.207	0.049	.275	4.225***	<.001	
3	심리적 안녕감	외모단점보완	0.040	0.029	.054	1.390	.166	
		이미지개선	0.001	0.031	.001	0.026	.980	185.156***
		대인지향	0.005	0.031	.007	0.168	.867	(.773)
		시술만족도	0.862	0.043	.848	20.085***	<.001	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 23] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 시술만족도의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기의 하위요인인 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향이 시술만족도를 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 36>과 같다.

<표 36> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 시술만족도의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
외모단점보완 → 시술만족도 → 심리적 안녕감	0.122	0.042	0.039	0.209
이미지개선 → 시술만족도 → 심리적 안녕감	0.168	0.042	0.089	0.255
대인지향 → 시술만족도 → 심리적 안녕감	0.202	0.036	0.132	0.275

#### 4. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과

시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.269$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.280$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.153$ ,  $p<.05$ )이 매개변수인 심리적만족에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적만족에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 33.0%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.219$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.239$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.275$ ,  $p<.001$ )이 종속변수인 심리적 안녕감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 35.2%로 나타났다. 3단계에서 독립변수인 대인지향( $\beta=.192$ ,  $p<.001$ )과 매개변수인 심리적만족( $\beta=.544$ ,  $p<.001$ )은 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있고, 외모단점보완, 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 영향은 유의하지 않았으며( $p>.05$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인과 심리적만족의 설명력은 55.0%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향이 매개변수인 심리적만족에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 심리적만족이 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 심리적만족을 통한 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

매개변수가 포함된 3단계에서 외모단점보완, 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하지 않았으므로 심리적만족은 외모단점보완, 이미지개선과 심리적 안녕감의 관계를 완전 매개한다고 할 수 있다. 즉 시술동기의 외모단점보완, 이미지개선은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 심리적만족을 통해서 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

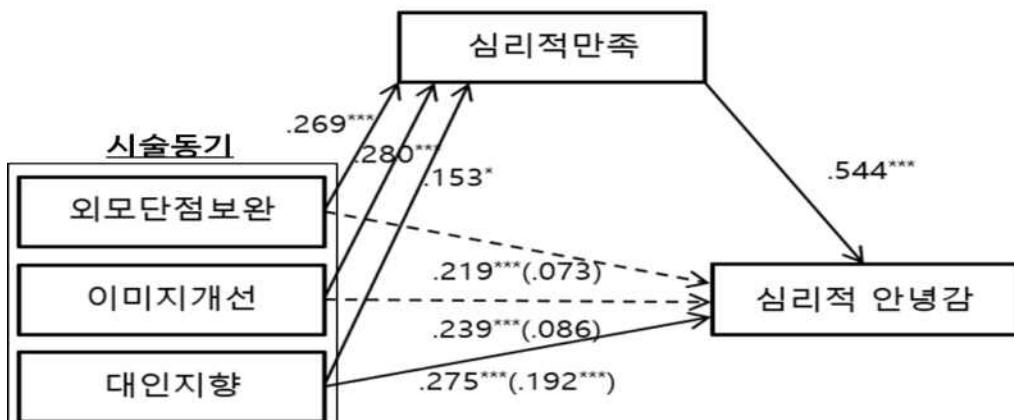
매개변수가 포함된 3단계에서 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하였으므로 심리적만족은 대인지향과 심리적 안녕감의 관계를 부분 매개한다고 할 수 있다. 즉, 시술동기의 대인지향은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치고, 심리적만족을 통해서도 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 37>, [그림 24]와 같다.

&lt;표 37&gt; 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	심리적만족	외모단점보완	0.204	0.050	.269	4.102***	<.001	36.010*** (.330)
		이미지개선	0.205	0.053	.280	3.889***	<.001	
		대인지향	0.119	0.051	.153	2.309*	.022	
2	심리적 안녕감	외모단점보완	0.162	0.048	.219	3.404***	<.001	39.614*** (.352)
		이미지개선	0.169	0.050	.239	3.364***	<.001	
		대인지향	0.207	0.049	.275	4.225***	<.001	
3	심리적 안녕감	외모단점보완	0.054	0.041	.073	1.312	.191	
		이미지개선	0.061	0.043	.086	1.407	.161	66.509***
		대인지향	0.145	0.042	.192	3.488***	<.001	(.550)
		심리적만족	0.528	0.054	.544	9.786***	<.001	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 24] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 심리적만족의  
매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 심리적  
만족의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기의 하위요인인 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향이 심리적만족을 통하여  
심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함  
되지 않았으므로 외모단점보완, 이미지개선, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계에서 심리  
적만족의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 38>과 같다.

<표 38> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서  
심리적만족의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
외모단점보완 → 심리적만족 → 심리적 안녕감	0.108	0.037	0.040	0.187
이미지개선 → 심리적만족 → 심리적 안녕감	0.108	0.032	0.050	0.176
대인지향 → 심리적만족 → 심리적 안녕감	0.063	0.027	0.013	0.118

## 5. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과

시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.276$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.283$ ,  $p<.001$ )이 매개변수인 이미지만족에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 이미지만족에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 31.9%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.219$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.239$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.275$ ,  $p<.001$ )이 종속변수인 심리적 안녕감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 35.2%로 나타났다. 3단계에서 독립변수인 대인지향( $\beta=.203$ ,  $p<.001$ )과 매개변수인 이미지만족( $\beta=.577$ ,  $p<.001$ )은 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있고, 외모단점보완, 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 영향은 유의하지 않았으며( $p>.05$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인과 이미지만족의 설명력은 57.9%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 외모단점보완, 이미지개선이 매개변수인 이미지만족에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 이미지만족이 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 이미지만족을 통한 외모단점보완, 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

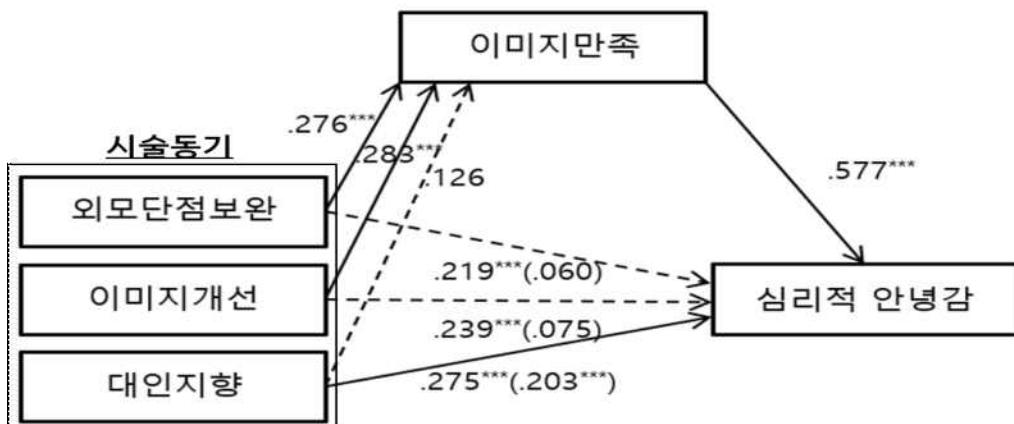
매개변수가 포함된 3단계에서 외모단점보완, 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하지 않았으므로 이미지만족은 외모단점보완, 이미지개선과 심리적 안녕감의 관계를 완전 매개한다고 할 수 있다. 즉, 시술동기의 외모단점보완, 이미지개선은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 이미지만족을 통해서 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 39>, [그림 25]와 같다.

&lt;표 39&gt; 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	이미지만족	외모단점보완	0.194	0.047	.276	4.170***	<.001	34.136*** (.319)
		이미지개선	0.192	0.049	.283	3.898***	<.001	
		대인지향	0.091	0.048	.126	1.884	.061	
2	심리적 안녕감	외모단점보완	0.162	0.048	.219	3.404***	<.001	39.614*** (.352)
		이미지개선	0.169	0.050	.239	3.364***	<.001	
		대인지향	0.207	0.049	.275	4.225***	<.001	
3	심리적 안녕감	외모단점보완	0.045	0.040	.060	1.116	.266	
		이미지개선	0.053	0.042	.075	1.266	.207	74.829***
		대인지향	0.153	0.040	.203	3.818***	<.001	(.579)
		이미지만족	0.604	0.056	.577	10.832***	<.001	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 25] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 이미지만족의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기의 하위요인인 외모단점보완, 이미지개선이 이미지만족을 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 외모단점보완, 이미지개선과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 40>과 같다.

<표 40> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 이미지만족의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
외모단점보완 → 이미지만족 → 심리적 안녕감	0.117	0.036	0.051	0.191
이미지개선 → 이미지만족 → 심리적 안녕감	0.116	0.034	0.053	0.186
대인지향 → 이미지만족 → 심리적 안녕감	0.055	0.024	0.009	0.103

## 6. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과

시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 이미지개선( $\beta=.197$ ,  $p<.01$ ), 대인지향( $\beta=.416$ ,  $p<.001$ )이 매개변수인 사회적만족에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 사회적만족에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 33.1%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.219$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.239$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.275$ ,  $p<.001$ )이 종속변수인 심리적 안녕감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 35.2%로 나타났다. 3단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.181$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.098$ ,  $p<.05$ )과 매개변수인 사회적만족( $\beta=.718$ ,  $p<.001$ )은 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있고, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향은 유의하지 않았으며( $p>.05$ ), 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인과 사회적만족의 설명력은 69.6%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 이미지개선, 대인지향이 매개변수인 사회적만족에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 사회적만족이 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 사회적만족을 통한 이미지개선, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

매개변수가 포함된 3단계에서 이미지개선의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하였으므로 사회적만족은 이미지개선과 심리적 안녕감의 관계를 부분 매개한다고 할 수 있다. 즉, 시술동기의 이미지개선은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치고, 사회적만족을 통해서도 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

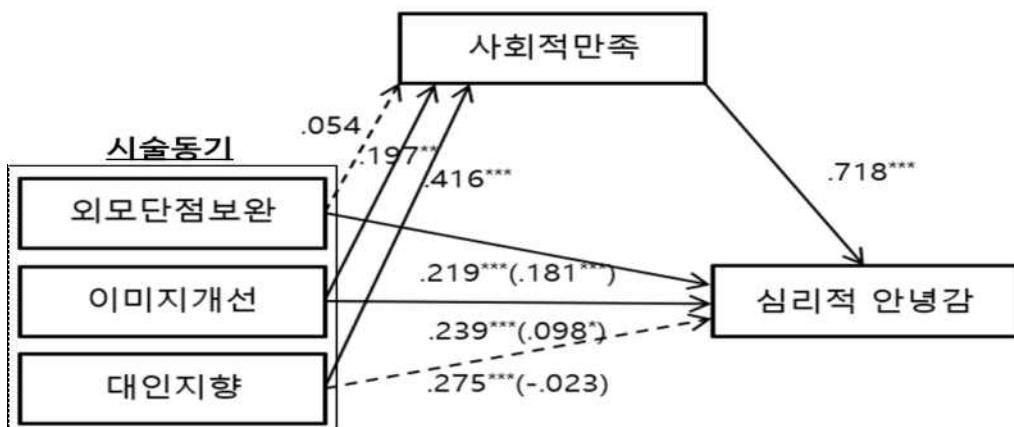
매개변수가 포함된 3단계에서 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하지 않았으므로 사회적만족은 대인지향과 심리적 안녕감의 관계를 완전 매개한다고 할 수 있다. 이는 시술동기의 대인지향은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 사회적만족을 통해서 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 41>, [그림 26]과 같다.

&lt;표 41&gt; 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	사회적만족	외모단점보완	0.054	0.066	.054	0.820	.413	36.061*** (.331)
		이미지개선	0.191	0.070	.197	2.728**	.007	
		대인지향	0.429	0.068	.416	6.288***	<.001	
2	심리적 안녕감	외모단점보완	0.162	0.048	.219	3.404***	<.001	39.614*** (.352)
		이미지개선	0.169	0.050	.239	3.364***	<.001	
		대인지향	0.207	0.049	.275	4.225***	<.001	
3	심리적 안녕감	외모단점보완	0.133	0.033	.181	4.084***	<.001	
		이미지개선	0.069	0.035	.098	1.971*	.050	125.025*** (.696)
		대인지향	-0.018	0.037	-.023	-0.483	.630	
		사회적만족	0.524	0.033	.718	15.732***	<.001	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 26] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의  
매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 사회적만족의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기의 하위요인인 이미지개선, 대인지향이 사회적만족을 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 이미지개선, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었으며, <표 42>와 같다.

<표 42> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 사회적만족의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
외모단점보완 → 사회적만족 → 심리적 안녕감	0.028	0.037	-0.043	0.102
이미지개선 → 사회적만족 → 심리적 안녕감	0.100	0.037	0.028	0.172
대인지향 → 사회적만족 → 심리적 안녕감	0.225	0.038	0.153	0.301

## 7. 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과

시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과를 검증하기 위해 Hayes(2013)가 제안한 Process Macro 4번 모델을 활용한 분석을 실시하였다.

먼저 1단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.245$ ,  $p<.01$ ), 대인지향( $\beta=.248$ ,  $p<.01$ )이 매개변수인 외모만족도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 외모만족도에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 13.1%로 나타났다. 2단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.219$ ,  $p<.001$ ), 이미지개선( $\beta=.239$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.275$ ,  $p<.001$ )이 종속변수인 심리적 안녕감에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인의 설명력은 35.2%로 나타났다. 3단계에서 독립변수인 외모단점보완( $\beta=.164$ ,  $p<.05$ ), 이미지개선( $\beta=.257$ ,  $p<.001$ ), 대인지향( $\beta=.220$ ,  $p<.001$ )과 매개변수인 외모만족도( $\beta=.224$ ,  $p<.001$ )는 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 심리적 안녕감에 대한 시술동기 하위요인과 외모만족도의 설명력은 39.5%로 나타났다.

1단계에서 독립변수인 외모단점보완, 대인지향이 매개변수인 외모만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 3단계에서 매개변수인 외모만족도이 종속변수인 심리적 안녕감에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으므로 외모만족도를 통한 외모단점보완, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 간접효과가 유의하다고 할 수 있다.

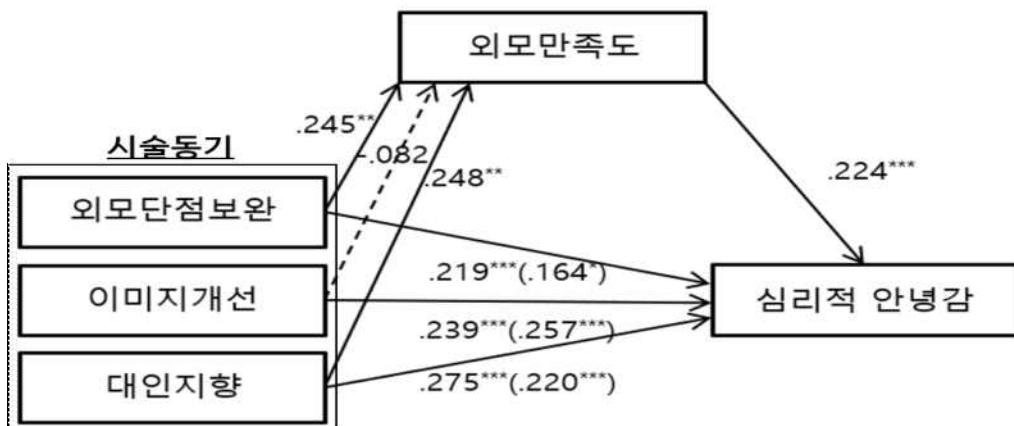
매개변수가 포함된 3단계에서 외모단점보완, 대인지향의 심리적 안녕감에 대한 영향이 유의하였으므로 외모만족도는 외모단점보완, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계를 부분 매개한다고 할 수 있다. 즉, 시술동기의 외모단점보완, 대인지향은 심리적 안녕감에 직접적인 영향을 미치고, 외모만족도를 통해서도 심리적 안녕감에 간접적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

분석 내용과 모형은 다음에 제시된 <표 43>, [그림 27]과 같다.

&lt;표 43&gt; 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 분석

Model	DV	IV	B	SE	$\beta$	t	p	$F(R^2)$
1	외모만족도	외모단점보완	0.137	0.042	.245	3.286**	.001	10.985*** (.131)
		이미지개선	-0.044	0.044	-.082	-1.002	.318	
		대인지향	0.141	0.043	.248	3.287**	.001	
2	심리적 안녕감	외모단점보완	0.162	0.048	.219	3.404***	<.001	39.614*** (.352)
		이미지개선	0.169	0.050	.239	3.364***	<.001	
		대인지향	0.207	0.049	.275	4.225***	<.001	
3	심리적 안녕감	외모단점보완	0.121	0.047	.164	2.573*	.011	
		이미지개선	0.182	0.049	.257	3.736***	<.001	35.648***
		대인지향	0.165	0.049	.220	3.401***	<.001	(.395)
		외모만족도	0.296	0.075	.224	3.968***	<.001	

\* p<.05 \*\* p<.01 \*\*\* p<.001



[그림 27] 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의  
매개효과 모형

아울러 부트스트랩 절차에 따라 5,000개의 표본을 생성하여 95% 신뢰구간에서 외모만족도의 매개효과를 추가로 검증하였다.

시술동기의 하위요인인 외모단점보완, 대인지향이 외모만족도를 통하여 심리적 안녕감에 미치는 간접효과의 95% 신뢰구간의 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않았으므로 외모단점보완, 대인지향과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과가 통계적으로 유의하다고 판단되었고, <표 44>와 같다.

<표 44> 부트스트랩을 통한 시술동기의 하위요인과 심리적 안녕감의 관계에서 외모만족도의 매개효과 검증

Path	B	S.E.	95% CI	
			LLCI	ULCI
외모단점보완 → 외모만족도 → 심리적 안녕감	0.041	0.019	0.011	0.083
이미지개선 → 외모만족도 → 심리적 안녕감	-0.013	0.015	-0.047	0.015
대인지향 → 외모만족도 → 심리적 안녕감	0.042	0.018	0.011	0.082

## 제 9 절 가설 검증 결과

앞서 진행한 가설 검증 결과를 요약하면 다음의 <표 45>와 같다.

<표 45> 가설 검증 결과 요약

	가설	결과
1	속눈썹미용 시술동기는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
1-1	외모단점보완은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2	이미지개선은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
1-3	대인지향은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2	속눈썹미용 시술동기는 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-1	외모단점보완은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-1-1	외모단점보완은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-1-2	외모단점보완은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-1-3	외모단점보완은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	기각
2-2	이미지개선은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-2-1	이미지개선은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-2-2	이미지개선은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-2-3	이미지개선은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-3	대인지향은 시술만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-3-1	대인지향은 심리적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
2-3-2	대인지향은 이미지만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	기각
2-3-3	대인지향은 사회적만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
3	속눈썹미용 시술동기는 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
3-1	외모단점보완은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
3-2	이미지개선은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	기각
3-3	대인지향은 외모만족도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
4	시술만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
4-1	이미지만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
4-2	사회적만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
4-3	심리적만족은 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택
5	외모만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	채택

	가설	결과
6	시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-1	외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-1-1	외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-1-2	외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-1-3	외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족의 매개효과가 있을 것이다.	기각
6-2	이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-2-1	이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-2-2	이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-2-3	이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-3	대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-3-1	대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 심리적만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
6-3-2	대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 이미지만족의 매개효과가 있을 것이다.	기각
6-3-3	대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 사회적만족의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
7	시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
7-1	외모단점보완이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>
7-2	이미지개선이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.	기각
7-3	대인지향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 있을 것이다.	<u>채택</u>

## 제 5 장 결론

### 제 1 절 연구 결과 요약

외모는 그 사람의 외면적·내면적 다양한 정보를 제공한다. 현재에는 자신의 이미지를 표현할 기회가 점점 많아지고, 표현의 방법이 자유로워지면서 외모 관리의 방법 또한 다양화되고 있는 추세이며, 다양한 외모 관리의 방법중 하나로 속눈썹미용의 관심도가 지속적으로 오르고 있다. 특히 얼굴에서 눈이 차지하는 영향력 덕분에 속눈썹미용은 현대 여성들의 아이메이크업에 있어서 중요한 역할을 하고 있다. 이렇게 외면적으로 자신을 표현하는 방식으로 생각되는 속눈썹미용이 내면적으로는 사람들의 심리에 어떠한 영향을 줄 수 있는지에 대해서 확인하고자 했다.

본 연구는 선행연구를 바탕으로 속눈썹미용 시술동기, 시술만족도, 외모만족도, 심리적 안녕감을 설정한 후에 시술동기가 외모만족도와 시술만족도를 통해 심리적 안녕감에 미치는 관계에 대한 연구 모형을 구성하였다. 이를 통해 속눈썹미용 산업이 어떠한 방향으로 나아가야 하는지를 제시하는 것을 목적으로 하며, 추가적으로 본 연구 내에서 속눈썹 미용에 대한 용어를 정리하여 소통의 편리성을 더하고 학문적 기초자료를 제시하고자 한다. 이를 위해 연구 분석에 활용하기 위하여 속눈썹 시술 경험이 있는 전국의 성인여성을 대상으로 2023년 10월 12일부터 10월 22일까지 온라인 상으로 설문조사를 실시하였으며, 총 223명의 자료를 수집하고, 빈도분석, 기술통계 분석, 분산분석, 교차분석, 상관분석, 다중회귀 분석, 매개효과 분석을 실시하였으며 모든 분석은 유의수준 5%에서 통계적 유의성을 검증했다. 이를 통해 분석한 결과를 서술하고, 그에 대해 논의 및 고찰을 진행했다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상자들의 인구 통계학적 특성으로 본 결과, 연령은 30-39세가 제일 많았고 40-49세가 다음으로 많았다. 속눈썹미용의 주된 목적이 외모적으로 이미지가 변화하는 시술이기 때문에 외적인 이미지 관리가 필요하고 사회적 활동이 많은 30대와 40대의 연령층이 속눈썹 미용샵을 많이 방문하는 것으로 해석된다. 직업은 자영업과 공무원/회사원 등 대외 활동을 많이 하는 직업군이 속눈썹미용에 많은 관심을 가지고 방문하는 것으로 나타났는데, 외면적 이미지가 중요하게 여겨지는 서비스직과 함께 전업주부

도 비슷한 비율로 나타나 현대에는 전업주부들도 사회적 활동이 많아지고 있으며, 외모에 대한 관심도가 높아졌고, 이처럼 속눈썹미용이 대중화되어감에 따라 속눈썹미용의 시술동기도 다양화되고 있다는 것으로 생각된다.

둘째, 속눈썹미용 시술 특성에서는 속눈썹 시술 경험 횟수가 20회 초과인 경우가 가장 많고 1회차인 경우가 가장 적게 나타나 속눈썹미용의 인기를 다시 한번 실감할 수 있었다. 속눈썹미용이 가장 크게 영향을 주는 것으로 메이크업 시간 단축이 47.5%의 비율로 가장 높았으며 다음으로 이미지 변화가 39.9%의 비율로 나타났다. 이는 바쁜 현대사회에서 간단한 미용 시술로 메이크업에 대한 시간을 단축시키고, 이미지 변화까지 가능하게 하는 부분이 주기적으로 속눈썹미용 시술을 받는 것에 많은 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있었다. 속눈썹미용 시술 시 가장 중요한 점 1순위를 선택하는 문항에서는 시술자의 전문성과 시술부위의 유지력 두 가지가 함께 높게 나타나 남지영(2013)의 연구에서 속눈썹 미용샵 방문 시 고려사항에서 미용사의 시술스킬의 영향력이 높다고 나타난 것과 유사하다고 볼 수 있다. 이로 인해 속눈썹 미용샵 선택 기준에 속눈썹미용의 기술적 전문성이 중요하게 여겨진다고 보여지며, 속눈썹미용 전문가에 대한 인식과 고객의 기대수준이 높아졌다는 것을 알 수 있었다.

셋째, 본 연구 대상자의 특성에 따른 변인에서도 차이가 확인되었다. 연구 대상의 최종학력에 따른 시술만족도가 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전문대졸(재학)이 대학원 이상(재학)보다 시술만족도가 더 높게 나타났는데 이는 최종학력이 높을수록 시술에 대해 더 포괄적으로 원하는 것이 많을 것으로 예상된다. 이런 고객들을 위해 속눈썹 미용샵의 전문성은 물론, 시술에 대한 만족도를 높일 수 있는 서비스와 품질이 필요할 것으로 보인다.

넷째, 교차분석 결과에서 연령에 따른 속눈썹 미용샵 선택 경로는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 연령과 결혼 여부에 따라서 속눈썹 미용샵의 선택경로가 다르게 나타났는데 20-29세는 SNS 및 인터넷광고의 비율이 가장 높았고 나머지 연령층은 연령이 높을수록 주변사람의 권유, 소개의 비율이 높았다. 결혼여부에 따라서는 미혼, 기혼, 기타 모두 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 가장 높았지만 기혼보다 미혼의 경우 SNS 및 인터넷광고를 통해 속눈썹 미용샵 방문을 하는 경우가 높다고 나타나 대체적으로 온라인 활동에 익숙하고 시간 활용이 자유로운 20대 연령층과 미혼여성이 온라인 마케팅을 통해 유입되는 경우가 많다는 것으로 사료된다. 또, 연령이 높아질수록 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 높아지는 것으로 보아 속눈썹 미용샵의 마케팅적 부분에서 자신의 샵의 타겟층이 되는 연령대에 맞춰 소개 고객의 유입을 높일 수 있는 마케

팅이나 SNS 마케팅을 적절하게 이용해야 할 것으로 보인다. 연구 대상의 직업에 따른 후관리 용품 구매 의향도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 영업직, 자영업, 서비스 직의 직업군의 순으로 후관리 용품 구매 의향이 높았다. 이는 외모적 이미지가 노출되는 일이 많은 직업의 특성상 외모에 대한 관심도도 높을 것으로 예상되며 후관리 용품으로 외모를 관리하는 부분에 있어 구매 의향이 충분히 있을 것으로 보인다. 문지선, 이정희 (2022)의 연구에서 속눈썹 영양제에 대한 만족도가 호의적인 타인의 시선을 받을 수 있다는 심리 인식과 눈매를 선명해 보이거나 눈매 보완의 기능에 대한 인식이 높을수록 만족도가 높았다고 나타난 것과 유사하다. 학력에 따른 속눈썹에 대해 고민되는 부분도 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 하지만 속눈썹 컬이 쳐져서 고민이라 는 경우 속눈썹 펌 시술을 받기 위해 속눈썹 미용샵을 방문했을 것이고, 속눈썹 길이가 짧아서 고민이라는 경우에는 속눈썹 연장 시술을 받기 위해 방문했을 것으로 여겨지므로 이에 통계 결과와는 달리 학력에 따라 고민되는 부분의 차이라고 보기보다 개인의 콤플렉스에 의한 고민으로 생각된다. 그리고 연구 대상의 월 평균 수입에 따른 속눈썹미용 지인, 가족 권유 의향도 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 월 평균 수입이 200만원 미만과 200-300만원 미만의 비율이 100%로 가장 높았는데 월 평균 수입이 적은 경우, 연령이 낮을 것으로 예상되어 대다수가 속눈썹미용 시술을 처음 받아보는 경우가 많았을 것으로 생각된다. 이러한 이유로 시술 후 이미지의 변화에 더 크게 와닿았을 것이고 만족도 또한 높았을 것이며 지인과 가족에게 권유할 의향이 커졌을 것으로 생각된다.

다섯째, 본 연구의 변인 간 상관관계에 대해서 Pearson의 상관분석을 통해 검증하였다. 분석 결과, 속눈썹미용 시술동기, 시술만족도, 외모만족도, 심리적 안녕감 간의 주요 변수뿐만 아니라 하위요소 간에도 모두 서로 간에 정적(+) 상관관계가 유의하다고 나타났다. 본 연구에서 보고자 하는 변수들이 모두 상관관계가 성립하였다는 점을 근거로 다중회귀 분석과 매개효과 분석을 실시하였다.

여섯째, 회귀분석 결과에서 속눈썹미용 시술동기, 시술만족도, 외모만족도, 심리적 안녕감 사이의 영향은 다음과 같이 나타났다. 먼저, 속눈썹미용 시술동기는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미친다고 나타났으며, 하위요소들도 모두 정(+)적 영향을 미쳤다. 이희영(2021)과 안은주, 주미옥(2023)의 연구에서 모두 시술동기가 심리적 안녕감에 대한 영향이 있다고 나타난 것과 동일하다. 즉, 속눈썹미용에 대한 시술 동기가 강할수록 그를 통해서 심리적인 안정을 얻는 정도도 강해짐을 보여준다. 다음으로, 속눈썹미용 시술 동기는 시술만족도에 대해서 정(+)적 영향을 미치며, 하위요소들 일부를 제외하고 대부

분 속눈썹미용 시술동기의 하위요소들도 시술만족도의 하위요소에 대해서 정(+)적 영향이 유의했다. 이 결과는 유지은(2022)의 연구에서 서비스 품질이 서비스 만족도에 영향, 박영신, 황해정(2022)의 연구에서 서비스 품질이 시술만족에 대한 영향과 유사하다고 볼 수 있다. 이를 통해 개개인마다 시술동기들이 다양하고 정도가 다르지만, 시술동기가 강해지면 시술에 대한 만족도도 높아짐을 확인했다. 또한, 속눈썹미용 시술동기는 외모만족도에 대해서 정(+)적 영향을 미치며, 하위요소 중 일부를 제외하고 대부분 속눈썹미용 시술동기의 하위요소가 외모만족도의 하위요소에 대해서 정(+)적 영향이 유의했다. 홍성애(2022)가 선택속성요인과 구매 행동의도, 외모만족도의 상관관계에 대하여 유의하다고 나타난 것과 유사하다고 볼 수 있다. 즉, 속눈썹미용에 대한 시술 동기가 강할수록 그를 통해서 외모에 대한 만족도를 얻는 정도도 강해짐을 보여준다. 그리고, 시술만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미치며, 하위요소들도 모두 정(+)적 영향을 미쳤다. 이 결과는 엄희주, 한지수(2023)가 속눈썹미용 소비 동기와 심리적 만족감의 관계가 유의하다고 나타난 것과 동일하다고 할 수 있다. 이를 통해 시술만족도가 높을수록 심리적 안녕감에도 높은 영향이 있는 것을 확인했다. 마지막으로 외모만족도는 심리적 안녕감에 정(+)적 영향을 미친다고 나타났다. 이 결과는 김정희(2010)의 연구에서 외모만족도와 주관적 안녕감의 관계가 거부 민감성에 미치는 영향, 김은숙(2018)의 외모만족도가 심리적 안녕감에 대한 영향, 권태일, 허혜순(2019)의 속눈썹 미용이 외모만족도와 자아 존중감에 미치는 영향과 일치한다고 볼 수 있다. 즉, 외모에 대한 만족도가 높을수록 심리적 안녕감도 높아진다는 것을 보여준다.

일곱째, 매개효과 분석 결과에서는 다음과 같은 매개효과가 모두 확인되었다. 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도의 매개효과가 있다고 나타났다. 이 결과는 안은주, 주미옥(2023)의 연구에서 시술동기가 경험만족도에 미치는 영향에서 심리적 안녕감의 매개효과가 나타난 것과 유사하다. 이를 통해 시술동기가 시술만족도를 통해서도 심리적 안녕감에 영향을 미치며, 시술동기에 따라 시술만족도가 달라지고, 심리적 안녕감도 달라짐을 보여준다. 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 외모만족도의 매개효과가 검증되었다. 이러한 결과는 이희영(2021)의 연구에서 외모관심도와 시술동기가 경험 만족도와 심리적 안녕감에 미치는 영향이 나타난 것과 유사하다. 이를 통해 시술동기가 외모만족도를 통해서도 심리적 안녕감에 영향을 미치며, 시술동기가 외모만족도를 높이고, 심리적 안녕감까지 높아지는 결과를 나타냈다.

## 제 2 절 논의 및 제언

이러한 분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

첫째, 시술동기에 따른 적절한 시술이 적용될 필요가 있다. 본 연구에서 시술동기의 정도에 따라 만족도가 달라지고, 심리적인 부분에까지 영향을 미친다고 보고하였다. 이러한 점에서 상담을 통해 시술을 받고자 하는 고객들의 시술동기를 확인하고 그에 따라 적절한 시술을 안내해야 할 것이다. 만약 시술동기가 많지 않은 고객에게 과도한 시술을 안내할 경우에는 오히려 만족도가 감소하여 심리적인 부분에 긍정적이지 않게 나타날 수 있기 때문이다.

둘째, 과거에 시술받았던 경험을 확인하는 것과 속눈썹 미용 시술의 질을 올리는 것이 모두 필요하다. 본 연구에서 시술만족도는 심리적 안녕감에 영향을 주는 결과와 함께 시술동기가 심리적 안녕감에 영향을 미칠 때, 시술만족도가 매개효과를 나타낸 결과 모두가 시술만족도의 영향이 크다는 것을 알 수 있다. 따라서, 과거의 시술이 만족스러웠는지에 따라서 새롭게 다른 시술이나 다른 기법으로 관리할 것인지, 전과 같은 시술을 권유할 것인지에 대해 결정할 수 있을 것으로 사료된다. 특히 처음 받아보는 시술에서 만족할 수 있다면, 방문한 샵의 단골 고객이 될 여지가 충분하며 고객의 심리에도 영향을 줄 수 있을 것이다.

셋째, 속눈썹미용 시술동기가 외모만족도에 영향을 주는 것으로 나타나며 외모에 대한 만족도가 높을수록 심리적 안녕감도 높아진다는 것으로 보아 고객이 원하는 바를 잘 파악하고 원하는 형태의 외모로 충분히 보완해 줄 수 있는 능력이 있어야 할 것이다. 이를 위해 속눈썹 미용샵에서는 전문성과 기술력이 바탕이 되고, 시술 전 상담도 꼼꼼하게 진행되어야 한다. 반대로 일률적인 디자인으로 공장처럼 돌아가는 샵을 운영한다면 시술만족도나 외모만족도 등과는 다른 부분에서 만족도를 얻을 수 있게끔 해야 할 것이다. 예를 들면 당일예약이 가능하다거나 시술의 속도가 빠르거나 가격이 저렴해야 할 것으로 보인다.

넷째, 속눈썹 미용샵의 마케팅에 활용할 수 있는 부분으로 분석 결과에서 월평균 수입이 가장 적은 경우에서 지인과 가족에게 속눈썹 미용을 권유할 의향이 크다고 나타났다. 이를 토대로 지인과 가족을 소개로 연결하여 함께 방문했을 때 자신의 시술비용을 할인해 주는 이벤트도 신규 고객 유치의 좋은 방법이 될 것으로 보인다. 그리고 연령층에 따른 개별적인 마케팅이 필요할 것으로 보인다. 20-29세는 sns 및 인터넷광고의 비율이 가장 높았고, 나머지 연령층은 연령이 높아질수록 주변 사람의 권유, 소개의 비율이 높

았다. 이러한 결과에 따라 온라인 마케팅을 통해서는 20대 연령층을 타겟으로 하여 젊은 층이 원하는 시술 태입이나 시술 사진을 이용해 20대 고객을 효과적으로 유입시키고, 나머지 연령층을 위해서는 주변 사람의 권유나 소개로 이어지는 마케팅 수단을 각각 나누어 홍보에 활용하는 것이 효과적일 것으로 생각된다.

이러한 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 가진다.

첫째, 연구 대상에 대한 다변화가 필요하다. 본 연구에서 전국의 성인여성을 대상으로 하였으나, 경기도 지역에 거주하는 비율이 82.1%로 나타났다. 그러한 점에서 본 연구의 결과는 대표성을 표하기에는 부족한 점이 존재한다. 후속 연구에서는 전국의 인구 비율을 표본에 적용하여 진행한다면, 대표성을 나타내는 연구로 활용될 수 있다.

둘째, 경험 횟수에 따른 차별적 연구가 필요하다. 본 연구에서는 1회부터 20회 이상까지 속눈썹미용을 경험한 모든 성인여성들에 대하여 조사하였기 때문에 경험횟수가 적을 수록 이용한 속눈썹 미용샵이 어떤 곳이었는지에 따라 시술만족도에 주는 영향이 차이가 제한적으로 나타날 수 있으므로, 경험 횟수에 따른 집단을 나누어 조사하는 연구가 필요할 것으로 생각된다.

셋째, 속눈썹미용이 심리적 안녕감에 영향을 준다는 것을 검증했으므로, 후속 연구에서는 성인여성 전체를 대상으로 하지 않고 대상을 세분화하여 연구되면 좋을 것으로 보인다. 예를 들면 심리적으로 불안정한 갱년기 여성이나 노년층 여성 또는 우울감을 가지고 있는 여성들을 대상으로 속눈썹미용 시술이 심리적인 안녕감을 느끼게 하는지에 대한 연구가 이루어지면 좋을 것으로 생각된다.

결론적으로 본 연구를 통해 속눈썹미용이 사람의 심리에 안녕감을 준다는 것을 확인했으며, 속눈썹미용 시술동기가 시술만족도와 외모만족도를 통해 심리적 안녕감에 영향을 미치는 것을 검증했다. 이로 인해 속눈썹미용 시술이 성인여성들의 심리적 안녕감과 자존감을 향상시켜주고 건강한 삶을 영위하게 하여 사회적으로도 기여할 수 있다고 본다. 또한, 속눈썹미용 산업이 보다 더 다양한 방법으로 발전할 것으로 바라는 바이다.

## 참고문헌

### <국내 문헌>

- 고혜영(2009). 심부피부자연 재생술을 이용한 태반추출물의 여드름성 피부에 미치는 효과. 고신대학교 대학원 석사학위논문.
- 관천원(2023). 중국여성의 반영구화장 시술동기가 기대가치충족 및 시술만족도에 미치는 영향. 호남대학교 사회융합대학원 석사학위논문.
- 김남용(2008). 레저 스포츠 참가자의 참가동기와 스포츠 몰입, 운동중독 및 심리적 웰빙의 관계. 원주대학교 대학원 박사학위논문.
- 김민정(2015). 20~30대 여성의 외모만족도가 심리적 안녕감 및 행복감에 미치는 영향. 건국대학교 산업대학원 국내석사학위논문.
- 김선규(2005). 웰빙(well-being)문화와 관련한 신 개념 김치냉장고 디자인에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선영(2017). 네일샵의 SNS특성이 고객만족도, 재방문, 고객신뢰 및 구전의도에 미치는 영향. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김성희(2005). 고등학생의 외모만족도와 대인관계, 자기주장성 및 학업성취도와의 관계 분석. 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김수지(2021). 속눈썹미용 서비스품질과 지각된가치가 행동의도에 미치는 영향. 창신대학교 대학원 석사학위논문.
- 김양자(2008). 퍼머넌트 웨이브 디자인 과정 중에 발생하는 모발의 손상 분석과 보완에 관한 연구. 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 김연희(2023). 반영구화장 눈썹 형태에 따른 이미지 변화 및 서비스품질 만족도와 재시술 의도. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문.
- 김윤희(2016). 남성의 반영구화장 시술에 대한 경험 인식 및 만족도 연구. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김은숙(2018). 대학생의 외모만족도가 자아존중감과 심리적 안녕감에 미치는 영향. 제주 국제대학교 사회복지임상치료대학원 석사학위논문.
- 김은주(2011). 스크린 골프장 이용 동기가 서비스 품질 만족 및 속적 참여의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 석사학위논문.

- 김정희(2010). 초등학생의 외모만족도와 주관적 안녕감의 관계에서 거부민감성의 매개효과 연구. 인천대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김효진(2015). 한국인 모발색 표준과 헤어 컬러링에 관한 연구. 홍익대학교 문화정보정책대학원 석사학위논문
- 남지영(2013). 속눈썹미용 유형에 따른 선호도와 시술만족도가 아이메이크업 이미지 변화에 미치는 영향. 가천대학교 대학원 석사학위논문.
- 동아리(2017). 퍼머넌트 웨이브 환원제 종류와 로드 크기에 따른 모발 손상도와 웨이브의 형태 비교. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 등월(2012). 모바일 서비스에서 지각된 서비스품질이 고객행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 박다나(2019). 인스타그램에 나타난 헤어 스타일 경향. 건국대학교 예술디자인대학원 석사학위논문
- 박선영(2023). 속눈썹 디자인에 따른 소비자 만족도 및 선호도에 관한 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 박정민(2012). 퍼스널컬러 진단에 따른 헤어컬러 시술 시 만족도에 관한 연구. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 박정혜(2022). 외모 지향성, 품질 수준, 위험 지각이 반영구 시술 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향. 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문.
- 박혜원(2013). 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 백은주(2023). 속눈썹 연장 방법에 따른 유지력 비교. 대구한의대 보건복지대학원 국내석사학위논문.
- 석지환(2010). 미세다륜침(MTS)관리가 여성의 미세주름 및 탄력개선에 미치는 효과. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 신효정(2002). 현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구. 건국대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 심혜정(2023). 중년여성의 반영구 눈썹화장 피시술동기가 시술만족도 및 외모만족도에 미치는 영향. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문.
- 안소정(2005). 속눈썹(Eyelashes) 미용이 물체 인식과 시력에 미치는 영향. 캘리포니아 사우스 배일로대학교 한의학과 석사학위논문.
- 안은주(2023). 남성 퍼머넌트메이크업 시술동기가 경험만족도에 미치는 영향과 심리적 안

- 냉감의 매개효과. 창신대학교 대학원 석사학위논문.
- 양정임(2019). 외모만족도가 메이크업 서비스와 심리적 안녕감에 미치는 영향. 광주여자대학교 일반대학원 국내석사학위논문.
- 양정희(2015). 성격유형에 따른 속눈썹 연장 시술의 선호도 연구. 영산대학교 대학원 석사학위논문.
- 원채원(2022). SMP 피시술자의 위험지각과 만족도. 대구한의대학교 보건복지대학원 석사학위논문.
- 유정아(2021). 눈썹 반영구메이크업 피시술 동기에 따른 이미지 변화와 만족도 연구. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문.
- 유지은(2022). 속눈썹미용 전문가의 인적서비스품질이 자불의사 및 전환비용과의 관계 : 서비스만족도의 매개효과. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이강아(2003). 우리나라 여성의 마스카라 이용 실태에 관한 연구. 한성대 예술대학원 석사학위논문.
- 이경화(2017). 성인여성의 속눈썹 연장과 일회용 속눈썹 실태조사 및 시술 후 만족도 비교 연구. 영산대학교 미술예술대학원 석사학위논문.
- 이선화(2019). 중학생이 지각한 외모 만족도와 사회적 지지가 주관적 행복감에 미치는 영향. 충북대학교 석사학위논문.
- 이선화(2020). 속눈썹 연장 시술시 글루의 성분분석과 안정성에 관한 연구. 한서대학교 일반대학원 미용과학과 박사학위논문.
- 이영남(2018). 20세기 패션을 반영한 속눈썹 연장 디자인 개발에 대한 연구. 신라대학교 공공안전정책대학원 석사학위논문.
- 이유영(2021). 속눈썹 펌(LASHLIFT)에 관한 인식과 선호도 연구. 영산대학교 일반대학원 국내석사학위논문.
- 이윤현(2012). 고객의 성격유형에 따른 미용 서비스만족도와 재방문의도-DISC 행동유형을 중심으로-. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 이정화(2020). 에센셜오일 인식이 아로마테라피 만족도와 스트레스 감소에 미치는 영향. 웨스트민스터신학대학원대학교 석사학위논문.
- 이현웅(2014). 속눈썹 서비스 종사원의 직무교육이 직무만족 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 광운대학교 석사학위논문.
- 이희영(2021). 중년여성의 외모관심도와 메디컬스킨케어 시술동기가 경험만족도와 심리적안녕감에 미치는 영향. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

정광하(2006). 메이크업이 이미지효과에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.

차로사(2020). 속눈썹 연장술이 자아존중감 및 심리적 만족감에 미치는 영향. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.

최민호(2006). 대학생이 지각한 부모의 양육태도, 비합리적신념 및 외모만족도 간의 관계분석. 건국대학교 석사학위논문.

최윤서(2018). 속눈썹 연장술에 따른 눈 이미지 비교 연구. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.

하양숙(1991). 집단회상이 노인의 심리적 안녕에 미치는 영향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.

한미선(2019). 뷰티샵 이용에 따른 서비스품질이 고객만족도와 재방문 및 구전의도에 미치는 영향. 한성대학교 대학원 석사학위논문.

한세명(2016). 대학생의 외모만족도가 자아존중감 및 대인관계와 심리적 안녕감에 미치는 영향. 경일대학교 석사학위논문.

홍성애(2022). 탈모인의 두피미세색소요법(S.M.P)선택속성과 구매행동의도의 관계에서 외모만족도의 조절효과. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문..

홍수임(2016). 세미퍼머넌트메이크업 시술만족도가 이미지 효과에 미치는 영향. 대구가톨릭대학교 석사학위논문.

<학술지>

- 강수돌(2010). 변혁적 리더십, 거래적 리더십과 직무만족: 내재적 동기부여의 매개효과. *인적자원개발연구*, 13(2), 21-40.
- 강영숙, 박현정(2009). 뷰티살롱 고객의 외모관리행동에 대한 신체이미지와 자아 존중감의 영향관계. *한국미용학회지*, 15(1), 363-373.
- 권태일, 허혜순(2019). 속눈썹 미용실태에 따른 외모만족도와 자아존중감. *아시안뷰티화장품학술지*, 17(3), pp.295-306.
- 김명소, 김혜원, 차경호(2001). 심리적 안녕감의 구성개념 분석: 한국 성인 남녀를 대상으로. *한국심리학회지*, 15(2), 19-39.
- 김병미, & 김지향(2001). 모발염색에 관한 연구. *과학교육연구*, 32(1), 55-67.
- 김수지, 허혜순, 우미옥(2021). 속눈썹미용 서비스품질과 지각된 가치가 행동의도에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 27(6), 1407-1416.
- 김신아, & 김문주(2023). 여성의 속눈썹 시술과 뷰티행동의 이미지변화 만족도 연구. *아유르베다 융합 연구*, 15, 140-156.
- 김주덕, & 김소라(2012). 큐노아추출물이 함유된 모발 전처리제에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 2(2), 151-162.
- 문지선, & 이정희(2022). 성인 여성의 속눈썹 화장 및 시술 인식과 속눈썹 영양제에 대한 제품 만족도 연구. *한국인체미용예술학회지*, 23(4), 127-142.
- 박건희(2016). 반영구 화장의 시술 및 심리적 만족도가 재시술 및 추천의도에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 17(1), 189-205.
- 박영신, 황해정(2020). 피부 관리실 서비스품질이 고객 만족과 재방문 의도에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 21(2), 131-142.
- 박정신(2017). 속눈썹디자인에 따른 눈 형태의 이미지변화 연구. *패션비즈니스*, 21(1), 5 8-73.
- 서순옥, & 장미숙. (2012). 두피토닉과 미세다潤침이 두피·모발상태에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 10(4), 863-878.
- 설현진(2008). 안전한 모발연장술에 관한 연구-속눈썹 중심으로. *한국인체미용예술학회지*, 9(1), 51-65.
- 안은주, 우미옥(2023). 남성 퍼머넌트메이크업 시술동기가 경험만족도에 미치는 영향과 심리적안녕감의 매개효과. *한국미용학회지*, 29(3), 629-637.

- 양명환(1998). 신체활동과 심리적 행복감 : 인지적·정서적 상태 측정지 개발. **한국스포츠 심리학회지**, 9(2), 113-124.
- 엄희주, 한지수(2023). 속눈썹미용관리의 소비동기 및 심리적 만족감 연구. **한국화장품미용학회지**, 13(2), 185-196.
- 유지은, 김현정, 유지영, 문승현(2023). 속눈썹미용 전문가의 인적서비스품질이 지불의사 및 전환비용과의 관계. **한국인체미용예술학회지**, 24(2), 131-146.
- 유태순, 김정해, 정연(2006). 퍼머넌트 웨이브 시술방법에 따른 모발의 물리적·역학적 특성 변화. **한국의류산업학회지**, 8(4), 441-448.
- 윤대수, 박옥련, 이동철(2007). 미용실의 서비스 품질이 이용고객의 만족도 및 재방문에 미치는 영향. **Journal of The Korean Data Analysis Society**, 9(1), 313-324.
- 윤수화, 박세실리아, 리순화(2018). 소셜커머스를 이용한 미용성형시술의 인식 및 만족도에 관한 연구. **디지털용복합연구**, 16(6), 427-436.
- 이경화, 한채정(2017). 성인여성의 속눈썹 연장 및 일회용 속눈썹 이용실태, 선호도 및 만족도 연구. **Asian Journal of Beauty and Cosmetology**, 15(3), 299-309.
- 임미애(2007). 속눈썹 화장에 관한 연구. **한국인체미용예술학회지**, 8(3), 79-90.
- 전경란, 이명희(2003). 신체만족도와 심리적 특성이 외모향상태도에 미치는 영향. **한국의류학회지**, 27(6), 643-653.
- 정유진(2022). 코로나 19 발생 전·후 마스크 착용에 따른 반영구화장 선호도 및 수요변화 분석. **케이뷰티인학회지**, 2(3), 4-11.
- 최경, 박다예, 김승선, 박다솜, 심지연, 김은수(2020). 성인의 반영구 메이크업 후 외모 만족도와 자아 존중감의 상관관계. **한국반영구화장학회지**, 1(1), 1-14.
- 한혜원(2009). 대학생의 여가스포츠 참여와 신체적 자기개념 및 심리적 안녕감의 관계. **한국여성체육학회지**, 23(2), 129-139.
- 홍수남(2017). 반영구화장의 시술만족도가 긍정성 및 부정성 효과에 미치는 영향. **한국미용학회지**, 23(1), 187-197.

## &lt;단행본&gt;

- Schiller, F(2015). **프리드리히 실러의 미적 교육론** (윤선구, 이경희, 조경식, 하선규, 한진이 역)(원서 1795년 발행). 서울: 대화문화아카데미.
- 고범서(1994). **행복의 윤리학**. 서울: 소화.
- 김민정, 김상희, 정미영, 하성이(2007). **모발과학 및 관리학**. 서울:도서출판 청람.
- 김민지(2016). **프로 컨설턴트가 알려주는 퍼스널컬러북**. 경기도:(주)에듀웨이.
- 김수진, 이지은, 자니리(2016). **속눈썹미용**. 서울: 도서출판 서우.
- 김효정(2018). **속눈썹 디자인 실무**. 서울: 청구문화사.
- 박시사(2001). **관광소비자 행동론**. 서울:대왕사.
- 황희순(2003). **미용학 개론**. 서울:청구문화사.

## &lt;국외 문헌&gt;

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. E. (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. NY: Guilford press.
- Decharms, R., & Carpenter, V. (1968). Measuring motivation in culturally disadvantaged school children. *The Journal of Experimental Education*, 37(1), 31-41.
- Deci, E. L. (1975). *Conceptualizations of intrinsic motivation*. In *Intrinsic motivation* (pp. 23-63). Boston, MA: Springer US.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin*, 95(3), 542-575.
- Fornell, C., Mithas, S., Morgeson III, F. V., & Krishnan, M. S. (2006). Customer satisfaction and stock prices: High returns, low risk. *Journal of marketing*, 70(1), 3-14.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Prentice hall.
- Hayes, A. F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. New York: Guilford Press.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). NY: The Guilford Press.
- Lee, K. H., & Han, C. J. (2017). Usage of, preference for, and satisfaction with extended eyelashes and false eyelashes in adult women. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 15(3), 299-309.
- Richard, E. A., & Hawthorne, R. E. (1971). Values, Body Cathexis and Clothing of Male University Students. *Journal of Home Economics*, 63(3), 190-194.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25(1), 54-67.

- Song, J. J. (2016). Statistical analysis method on SPSS/AMOS (2nd edition). *Paj u: 21 Century Book Publisher.*
- Veenhoven, R. (1991). Is happiness relative?. *Social indicators research*, 24, 1-34.
- Zhang, X. S., & Choi, M. L. (2021). On the Analysis of Change in Women's Perception of Eyebrow Makeup Since the Outbreak of Covid-19. *Jounal of The Korean Society of Beauty and Arts*, 22(1), 21-41.

## <기타 자료>

ABONNIE 유니크 속눈썹 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/4456031?spm>

CHOP헤어 흥대점 <https://blog.naver.com/u0519u/221736945191>

MASSCAKU 공식 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/4480015?spm>

NATUHANA 공식 스토어 <https://www.aliexpress.com/store/4998251?spm>

NCS통합포털사이트 <https://www.ncs.go.kr>

Thinkshow 공식 스토어 <https://ko.aliexpress.com/store/3655034?spm>

국가통계포털(2023). <https://kosis.kr/index/index.do>

김가헤어 안양점 <https://blog.naver.com/kimgahair/222695524510>

듀오붙임머리 <https://blog.naver.com/duo-h/221136922989>

라트리헤어 대전점 <https://blog.naver.com/jsjloveis/221986654823>

러버블라운지 <https://blog.naver.com/lovablelounge7716/221266863706>

반하다뷰티 <https://www.instagram.com/p/C1RcO16vBzE/>

백은주(2020). **속눈썹 연장 시술방법.** 특허출원번호 : 10-2019-0080426. 등록번호 : 10-20660270000.

세븐뷰티 미용재료 <https://www.7beauty.co.kr/>

정은영(2022). **스테어기법 단뜨기 속눈썹 연장 방법.** 특허출원번호 : 10-2021-0119346. 등록번호 : 1023766740000.

준오헤어 시흥신세계점 <https://blog.naver.com/solbihair/221848127938>

타임뷰티 [https://blog.naver.com/timebeauty\\_j/222992568134](https://blog.naver.com/timebeauty_j/222992568134)

탤런트헤어 <https://blog.naver.com/talenthair/220821398350>

피카소뷰티 <https://naver.me/xQ8SRgNy>

한국소비자원(2016). **속눈썹 접착제안전실태 조사.**

한국소비자원(2019). **속눈썹펌제 안전실태조사.**

한국소비자원(2020). **속눈썹펌제 관리방안 마련 필요 - 조사대상 17개 전 제품에서 치오글라이콜릭애씨드 검출 -. Retrieved from <https://www.kca.go.kr/home/sub.do?menukey=4002&mode=view&no=1002899960>(accessed 2023.10.24.).**

## 부록



### 성인여성의 속눈썹미용 시술동기가 심리적 안녕감에 미치는 영향 : 시술만족도와 외모만족도의 매개효과

안녕하십니까?

저는 웨스트민스터신학대학원대학교 뷰티건강향장학 석사과정 중에 있는 정민경입니다.

본 설문지는 성인여성의 속눈썹미용 시술동기가 심리적 안녕감에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구목적으로 시행되는 것입니다. 본 설문조사에 기재하신 모든 내용은 무기명으로 통계 처리되며, 한국 통계법 제33조와 제34조에 의거 철저하게 비밀이 보장됩니다. 귀하의 솔직한 답변은 연구를 진행하는데 매우 중요한 자료가 될 것이며, 향후 미용시장의 확대와 산업발전을 위해 유용하게 쓰여질 것입니다. 이에 한 문항도 빠짐 없이 성실히 작성해주시면 감사하겠습니다.

바쁘신 와중에 귀한 시간 내주셔서 고맙습니다.

2023. 10

웨스트민스터신학대학원  
사회문화교육학과 뷰티건강향장학 석사과정  
지도교수 : 최은주  
연구자 : 정민경

## 1. 속눈썹미용 시술동기

다음은 속눈썹미용 시술동기에 관한 문항입니다. 귀하가 동의하는 정도에 따라 1-5점으로 표시해주세요.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

### 외모단점 보완

1) 나는 속눈썹으로 인한 콤플렉스를 줄이기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5
2) 나는 속눈썹의 컬모양에 대한 만족감을 높이기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5
3) 나는 속눈썹화장에 대한 부담감을 줄이기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5

### 이미지개선

4) 나는 속눈썹 숟이 적거나 짧은 길이 등을 개선하여 인상에 변화를 주기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5
5) 나는 속눈썹 컬과 길이로 인한 얼굴 이미지의 변화가 필요하다고 생각을 하여 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5
6) 나는 속눈썹의 변화로 눈 전체의 균형을 맞추기 위해 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5

### 대인지향

7) 나는 나의 주변 사람들에게 속눈썹미용 시술이 유행이기 때문에 속눈썹미용 시술을 받아보게 되었다.	1	2	3	4	5
8) 나는 주변 사람들의 적극적인 권유로 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5
9) 나는 속눈썹미용도 대인관계나 사회생활에 도움이 된다고 생각해서 속눈썹미용 시술을 받았다.	1	2	3	4	5

## 2. 속눈썹미용 시술만족도

다음은 속눈썹미용 시술만족도에 관한 문항입니다. 귀하가 동의하는 정도에 따라 1-5점으로 표시해 주세요.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

### 심리적 만족

1) 속눈썹미용 시술을 받고나면 기분전환이 되고 표정이 밝아지는 느낌을 받는다.	1	2	3	4	5
2) 속눈썹미용 시술은 나의 스트레스 해소에 많은 도움을 주었다.	1	2	3	4	5
3) 속눈썹미용 시술은 나에게 자기효능감을 높여 주었다.	1	2	3	4	5
4) 속눈썹미용 시술을 하면 내가 더 능력 있고 가치있어 보인다.	1	2	3	4	5

### 이미지 만족

5) 속눈썹미용 시술은 나의 이미지를 새롭게 한다.	1	2	3	4	5
6) 속눈썹미용 시술이 나의 외모 자신감 향상에 긍정적인 영향이 있었다.	1	2	3	4	5
7) 속눈썹미용 시술으로 인해 나의 외모 콤플렉스를 해결할 수 있었다.	1	2	3	4	5
8) 속눈썹미용 시술은 자신에 대한 투자이고, 보다 나은 나의 모습을 보여줄 수 있는 수단이다.	1	2	3	4	5

### 사회적 만족

9) 나는 속눈썹미용 시술 후 좋은 이미지를 전달함으로써 사회생활과 대인관계에 도움이 되었다.	1	2	3	4	5
10) 나는 속눈썹미용 시술 후에는 사회생활과 대인관계에 보다 적극적이 되었다.	1	2	3	4	5
11) 나는 속눈썹미용도 메이크업처럼 사회생활에 필요하다고 생각한다.	1	2	3	4	5
12) 나는 속눈썹미용 시술을 한 후 사회생활 여러면에서 능률이 오른다는 생각이 들곤 한다.	1	2	3	4	5

### 3. 외모만족도

다음은 외모만족도에 관한 문항입니다. 귀하가 동의하는 정도에 따라 1-5점으로 표시해주세요.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

#### 외모만족도

1) 나는 나의 외모에 관심이 있다.	1	2	3	4	5
2) 나는 나의 외모가 만족스럽다고 생각한다.	1	2	3	4	5
3) 나는 일상생활에서 외모가 중요하다고 생각한다.	1	2	3	4	5
4) 나는 나의 외모가 자랑스럽다.	1	2	3	4	5
5) 나는 멋진 외모를 가지기 위해 노력한다.	1	2	3	4	5
6) 나는 내 외모가 매력이 있다고 생각한다.	1	2	3	4	5

#### 4. 심리적 안녕감

다음은 심리적 안녕감에 관한 문항입니다. 귀하가 동의하는 정도에 따라 1-5점으로 표시해주세요.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

#### 심리적 안녕감

1) 나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 행복감을 느꼈다.	1	2	3	4	5
2) 나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 나 자신을 긍정적으로 생각하게 되었다.	1	2	3	4	5
3) 나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 실제로 생동감이 있다고 느꼈다.	1	2	3	4	5
4) 나는 속눈썹미용 시술 후 생활이 더 활력이 있는 것 같다.	1	2	3	4	5
5) 나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습을 보면서 나 자신을 자랑스럽게 느끼게 되었다.	1	2	3	4	5
6) 나는 속눈썹미용 시술 후 성취감을 느끼게 되었다.	1	2	3	4	5
7) 나는 속눈썹미용 시술 후 나 자신을 마음껏 표현할 수 있게 되었다.	1	2	3	4	5
8) 나는 속눈썹미용 시술 후 내 모습이 주변 사람들에게 좋은 이미지를 준다고 생각한다.	1	2	3	4	5
9) 나는 속눈썹미용 시술 후 보여지는 나의 모습이 마음에 듈다.	1	2	3	4	5
10) 나는 속눈썹미용 시술 후 나의 모습이 만족스러워서 외출 또는 모임에 가고싶어졌다.	1	2	3	4	5
11) 나는 속눈썹미용 시술 후 사람을 만나는 것이 즐거워 졌다.	1	2	3	4	5

## 5. 응답자 특성

다음은 귀하의 일반적인 사항에 관한 문항입니다. 귀하와 일치하는 것에 표시해주세요.

1) 귀하의 연령은?

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| ① 20-29세 | ② 30-39세 | ③ 40-49세 |
| ④ 50-59세 | ⑤ 60세 이상 |          |

2) 현재 귀하의 직업은?

- |                       |                |                |
|-----------------------|----------------|----------------|
| ① 전업주부                | ② 자영업          | ③ 공무원/회사원(직장인) |
| ④ 교육직(프리랜서 강사포함)      | ⑤ 영업직(보험설계사 등) | ⑥ 서비스직         |
| ⑦ 전문직(의료종사자, 법률종사자 등) | ⑧ 학생           | 기타             |

3) 귀하의 최종학력은?

- |             |            |          |
|-------------|------------|----------|
| ① 고졸이하      | ② 전문대졸(재학) | ③ 대졸(재학) |
| ④ 대학원이상(재학) | ⑤ 기타       |          |

4) 귀하 혹은 귀댁의 월평균 수입은?

- |                |                |                |
|----------------|----------------|----------------|
| ① 100만원 미만     | ② 100-200만원 미만 | ③ 200-300만원 미만 |
| ④ 300-400만원 미만 | ⑤ 400-500만원 미만 | ⑥ 500만원 초과     |

5) 귀하의 결혼 유무는 어떻게 되십니까?

- |      |      |                    |
|------|------|--------------------|
| ① 미혼 | ② 기혼 | ③ 기타(이혼, 사별, 별거 등) |
|------|------|--------------------|

6) 귀하의 거주지역은 어디입니까?

- |      |      |      |
|------|------|------|
| ① 서울 | ② 경기 | ③ 기타 |
|------|------|------|

## 6. 속눈썹미용 시술 특성

다음은 귀하의 속눈썹미용 시술에 관한 문항입니다. 귀하와 일치하는 것에 표시해주세요.

1. 귀하는 속눈썹미용 시술을 몇번 받아보았습니까?

- ① 1회
- ② 2회-5회 미만
- ③ 5회-10회 미만
- ④ 10회-20회 미만
- ⑤ 20회 초과

2. 귀하는 속눈썹에 대한 고민을 한 적이 있습니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다

3. 귀하가 속눈썹에 대해 고민되는 부분은 어느 부분입니까?

- ① 속눈썹 길이가 짧아서
- ② 속눈썹 숟이 적어서
- ③ 속눈썹 컬이 쳐져서
- ④ 속눈썹 손상이 심해서
- ⑤ 기타

4. 귀하는 얼굴에서 속눈썹이 중요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 그렇지 않다
- ② 그렇지 않다
- ③ 보통이다
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

5. 귀하는 속눈썹미용 시술을 받을 때, 환경적 요인으로 가장 고려하는 점은 무엇입니까?

- ① 시술장소
- ② 시술비용
- ③ 위생, 안전성
- ④ 시술전후 서비스 및 관리
- ⑤ 시술자의 전문성

6. 귀하가 방문하는 속눈썹 미용샵을 선택하게 된 가장 주요한 경로는 무엇입니까?

- ① 종이전단지광고를 통해서
- ② SNS 및 인터넷광고를 통해서
- ③ 주변 사람의 권유, 소개
- ④ 간판광고를 통해서
- ⑤ 기타

7. 귀하가 생각하는 적절한 속눈썹미용의 가격은 얼마입니까?

- ① 1-3만원 미만
- ② 3-5만원 미만
- ③ 5-7만원 미만
- ④ 7-10만원 미만
- ⑤ 10만원 초과

8. 귀하가 속눈썹 미용샵을 방문하는 이유는? (중복체크가능)

- ① 주기적인 이미지관리로 방문
- ② 1회성 이미지개선을 위해서 방문

- ③ 1회성 행사(결혼식, 여행 등)로 인해 방문
- ④ 자기만족감을 위해서 방문
- ⑤ 속눈썹건강관리(속눈썹 복원술, 눈을찌르는 속눈썹 등)를 위해서 방문

9. 귀하가 속눈썹 미용샵에서 받아본 시술은? (중복체크가능)

- |                 |              |             |
|-----------------|--------------|-------------|
| ① 속눈썹 연장        | ② 속눈썹 펌      | ③ 속눈썹 복구펌   |
| ④ 속눈썹 복원술 및 생장술 | ⑤ 속눈썹 클리닉    | ⑥ 속눈썹 연장제거  |
| ⑦ 속눈썹 샴푸        | ⑧ Led 속눈썹 연장 | ⑨ 속눈썹 포인트연장 |
| ⑩ 기타            |              |             |

10. 귀하는 속눈썹 미용샵에 방문하는 주기가 어떻게 됩니까?

- |            |             |            |
|------------|-------------|------------|
| ① 1주-2주 이내 | ② 2주-3주 이내  | ③ 3주-4주 이내 |
| ④ 4주-5주 이내 | ⑤ 5주-6주 이내  | ⑥ 6주-7주 이내 |
| ⑦ 7주-8주 이내 | ⑧ 8주-10주 이내 | ⑨ 10주 이상   |

11. 귀하가 속눈썹미용에 소비하는 1회비용은 얼마입니까?

- ① 3만원 미만
- ③ 3만원-6만원 미만
- ⑤ 6만원-9만원 미만
- ② 9만원-12만원 미만
- ④ 12만원 초과

12. 귀하가 속눈썹미용 소비를 위해 방문하는 샵의 형태는 무엇입니까?

- ① 개인샵
- ② 프랜차이즈
- ③ 토탈뷰티샵(헤어, 피부 관리, 메이크업, 네일 등 여러시설이 같이 갖춰진 곳)
- ④ 기타

13. 귀하가 속눈썹미용 시술을 한 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 눈을 커보이게 하기 위하여
- ② 속눈썹이 길고 숟이 많게 하기 위하여
- ③ 눈매가 선명하게 보이게 하기 위하여
- ④ 속눈썹 건강개선을 위하여 (손상된 속눈썹, 찌르는속눈썹)
- ⑤ 기타

14. 귀하가 속눈썹미용 시술 후 가장 만족하는 눈의 변화는 무엇입니까?

- |               |                |              |
|---------------|----------------|--------------|
| ① 눈이 예뻐 보인다   | ② 눈이 커 보인다     | ③ 눈이 선명해 보인다 |
| ④ 속눈썹이 길게 보인다 | ⑤ 속눈썹이 풍성해 보인다 |              |

15. 귀하에게 속눈썹미용이 가장 크게 영향을 주는 것은 무엇입니까?

- ① 메이크업 시간단축
- ② 이미지 변화
- ③ 자신감 변화
- ④ 기타

16. 귀하는 속눈썹미용시술이 이미지메이킹과 연관이 있다고 생각하십니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다

17. 귀하는 속눈썹미용 시술 후 어느 부분의 변화가 가장 만족스럽습니까?

- ① 눈 콤플렉스 완화
- ② 눈 이미지
- ③ 얼굴전체 이미지
- ④ 심리적인 부분
- ⑤ 기타

18. 귀하는 속눈썹 미용샵에서 미용에 필요한 후관리 용품(속눈썹 영양제 등)을 판매한다면 구매할 의향이 있으십니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다

19. 귀하는 속눈썹미용 시술이 비쌀수록 기술이 더 좋다고 생각하십니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다

20. 속눈썹미용 시술 후 만족하셨다면 지인이나 가족에게 권유하시겠습니까?

- ① 그렇다
- ② 아니다

21. 속눈썹미용 시술 시 1순위로 가장 중요하게 생각하는 사항은 무엇입니까?

- ① 시술비용
- ② 시술부위의 유지력
- ③ 원하는 스타일
- ④ 시술장소의 거리적 접근성
- ⑤ 시술자의 전문성

◆ 설문에 응해주셔서 진심으로 감사합니다. ◆

## Abstract

### Effect of Adult women's Eyelash Beauty Treatment Motivation on Psychological Well-being: Mediating Effect of Treatment Satisfaction and Appearance Satisfaction

jung min kyung

Department of Beauty, Health&Cosmetology

Department of Social Culture Education

Westminster Graduate University

In modern society, with the development of smartphones and the Internet, active online activities are possible, opportunities to express one's image have increased, and methods of expression have become freer. As a result, interest in managing one's appearance, which can reveal the external and internal aspects of a person, is increasing. Therefore, methods for managing one's appearance are diversifying, and interest in eyelash beauty treatment as one of the methods for managing one's appearance continues to gain popularity. In particular, because the eyes occupy a high proportion of the face, eyelash beauty plays an important role in the eye makeup of modern women. Accordingly, we would like to determine through research how eyelash beauty treatment, which is a way to express oneself externally, affects people's psychology internally.

This study conducted a survey of customers who actually visited and used eyelash beauty shops, and based on previous research, a research model was constructed on the relationship between motivation for eyelash beauty treatment and psychological well-being through appearance satisfaction and

treatment satisfaction. did. To collect samples for use in research analysis, an online survey was conducted from October 12 to October 22, 2023 targeting adult women nationwide with experience in eyelash beauty treatment, and data from a total of 223 people were collected. It was used as analysis data. For statistical processing, frequency analysis, descriptive statistics analysis, analysis of variance, cross-analysis, correlation analysis, multiple regression analysis, and mediation effect analysis were performed using the SPSS 25.0 program.

The main results of this study are summarized as follows.

First, looking at the demographic characteristics of the subjects of this study, the oldest age group was 30-39 years old, followed by 40-49 years old. Since the purpose of eyelash beauty treatment is to change one's appearance, it is interpreted that people in their 30s and 40s who are interested in their appearance and are active in social activities often visit eyelash beauty shops.

Second, in the variables according to the characteristics of the subjects of this study, the path to choosing an eyelash beauty shop was different depending on age and marital status. Those aged 20-29 had the highest proportion of SNS and Internet advertisements, and for the remaining age groups, as they got older, the proportion of recommendations and introductions from people around them increased. Depending on marital status, single people had more eyelashes through SNS and Internet advertisements than married people. As the number of visits to beauty shops is high, it is believed that in general, people in their 20s and single women who are familiar with online activities and have free time are attracted through online marketing.

Third, the motivation for eyelash beauty treatment showed a significant positive correlation not only between the main variables of psychological well-being, satisfaction with the procedure, and satisfaction with appearance, but also between sub-elements.

Fourth, the motivation for eyelash beauty treatment was found to have a positive (+) effect on psychological well-being, and all sub-factors also had a

positive (+) effect.

Fifth, the motivation for eyelash beauty treatment has a positive (+) effect on treatment satisfaction, and most sub-elements of eyelash beauty treatment motivation have a significant positive (+) effect on the sub-elements of treatment satisfaction.

Sixth, the motivation for eyelash beauty treatment has a positive (+) effect on satisfaction with appearance, and most sub-elements of motivation for eyelash beauty treatment have a significant positive (+) effect on the sub-elements of satisfaction with appearance.

Seventh, satisfaction with the procedure had a positive (+) effect on psychological well-being, and all sub-factors also had a positive (+) effect.

Eighth, satisfaction with appearance appeared to have a positive (+) effect on psychological well-being.

Ninth, when the motivation for the procedure affects psychological well-being, there is a mediating effect of satisfaction with the procedure.

In conclusion, this study confirmed that eyelash beauty treatment provides a sense of well-being to a person's psychology, and verified that the motivation for eyelash beauty treatment affects psychological well-being through satisfaction with the procedure and satisfaction with appearance. As a result, eyelash beauty treatment can improve the psychological well-being and self-esteem of adult women, enable them to lead healthy lives, and contribute to social well-being, so it is expected that the eyelash beauty industry will develop in more diverse ways.

**Key words:** eyelash beauty, motivation for treatment, psychological well-being, satisfaction with treatment, satisfaction with appearance