

부동산중개 모바일 앱의 정보품질과 사용자 만족

조 용 근* · 김 경 훈**

Information Quality and User Satisfaction of Real-estate Brokerage Mobile App

Jo, Yong Geun · Kim, Kyoung Hoon

목 차

- | | |
|---|--|
| <p>I. 서론</p> <ol style="list-style-type: none">1. 연구배경 및 목적2. 연구범위 및 방법 <p>II. 이론적 배경</p> <ol style="list-style-type: none">1. 부동산중개 모바일 앱2. 기대확신모형3. 정보품질과 기대확신모형4. 선행연구와의 차별성 <p>III. 조사 설계</p> | <ol style="list-style-type: none">1. 연구모형2. 가설설정3. 측정도구4. 연구대상 및 자료수집 <p>IV. 분석결과 및 해석</p> <ol style="list-style-type: none">1. 측정도구의 타당성과 신뢰성2. 가설검증 <p>V. 결론</p> |
|---|--|

ABSTRACT

This study attempted to analyze the relationship between the information quality and user satisfaction of real-estate brokerage mobile app based on the expectation-confirmation model. For this purpose, it attempted to analyze the relationship among information quality, confirmation, perceived usefulness and user satisfaction based on data on 515 ordinary adults using the real-estate brokerage mobile app. As a result, the following findings were obtained:

First, it was found that information quality directly had a significant effect on confirmation, perceived usefulness and user satisfaction.

Second, it was found that confirmation had a direct effect on perceived usefulness but an indirect effect on user satisfaction.

Third, it was found that perceived usefulness had a direct effect on user satisfaction. Based on this result of analysis, this study proposed the schemes for improvement of information quality, for continual analysis of user behavior and for revitalization of communication between user and real-estate brokerage agency from the user's perspective.

Keywords : Real-estate Brokerage Mobile App, Expectation-Confirmation Model, Information Quality, User Satisfaction.

* 정희원, 서울과학기술대학교 나노IT디자인융합대학원 박사과정, ygjo@naver.com, (주저자)

** 서울과학기술대학교 나노IT디자인융합대학원 교수, rain@seoultech.ac.kr, (교신저자)

【국문요약】

본 연구는 기대확신모형을 기반으로 부동산중개 모바일 앱의 정보품질과 사용자 만족 간의 관계를 분석하고자 하였다. 이를 위해 부동산중개 모바일 앱을 사용한 일반 성인 515명의 자료를 바탕으로 정보품질, 확신, 지각된 유용성, 사용자 만족 간의 관계를 분석하였다. 분석결과 첫째, 정보품질은 확신과 지각된 유용성, 사용자 만족에 직접적으로 유의한 영향을 미치고 있으며 둘째, 확신은 지각된 유용성에는 직접적인 영향을 미치지만, 사용자 만족에는 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 지각된 유용성은 사용자 만족에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 바탕으로 본 연구에서는 사용자 관점에서의 정보품질 향상, 사용자 행태에 대한 지속적인 분석, 사용자와 부동산중개업소 간의 커뮤니케이션 활성화를 제안하고 있다.

주제어 : 부동산중개 모바일 앱, 기대확신모형, 정보품질, 사용자 만족.

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

모바일 기술을 바탕으로 하고 있는 스마트폰의 급속한 보급 확대는 통신, 정보탐색 행동, 라이프스타일 등의 변화를 가져왔다. 이러한 변화는 모바일 기술을 바탕으로 하는 새로운 사업기회를 제공하고 있으며, 부동산중개 시장에서도 모바일 앱을 통한 거래가 활발하게 이루어지고 있다.

부동산중개 모바일 앱은 위치기반 서비스를 바탕으로 구매자와 부동산중개업소를 연결시켜 부동산 거래가 이루어지도록 하는 O2O(Oline To Offline)서비스이다.¹⁾ 따라서 판매자는 부동산매물 정보를 모바일 앱에 제공하고, 구매자는 제공된 정보를 바탕으로 자신이 원하는 매물을 선정하여 부동산 중개업소를 통하여 계약하게 된다. 대표적인 부동산중개 모바일 앱인 직방의 경우 서비스를 개시한 2012년에는 30만 건, 2013년 100만

1) Du, Y., & Tang, Y. . Study on the Development of O2O E-commerce Platform of China from the Perspective of Offline Service Quality, International Journal of Business and Social Science, Vol.5 No.4, 2014, p.308.

건, 2014년 400만 건으 급증하고 있으며, 2015년 10월 현재 누적다운로드가 1000만 건을 넘었으며, 부동산중개 모바일 앱도 250개로 증가하였으며, 사용자수도 2015년 8월 기준 사용자수도 196만 명이상으로 폭발적인 성장세를 이어가고 있다.²⁾ 더불어 국토교통부에서는 2017년부터 ‘부동산 전자계약시스템’의 구축으로 인하여 계약을 체결하고, 확정일자까지 제공하는 서비스가 제공됨으로 인하여 개인 간의 부동산 직거래가 대폭 증가할 것이라는 예측³⁾에 따라 부동산중개 모바일 앱의 사용자는 지속적으로 증가할 것으로 예측된다.

부동산중개 모바일 앱 사용자가 급격히 증가하는 현상은 1인 가구의 비율이 2015년 현재 27.1%에 달하고 있으며, 스마트폰 보급률이 2014년 80.4%까지 확대되는 등의 환경변화⁴⁾와 스마트폰 사용자의 특성을 감안하여 원룸이나 투룸처럼 1-2인 가구 대상의 틈새시장을 적극적으로 공략한 것에 기인하고 있다.⁵⁾ 즉, 부동산중개 모바일 앱은 스마트폰을 기반으로 이동성과 접근성이 우수하며, 스마트폰에 익숙한 젊은 층을 대상으로 소형매물에 집중하면서 지역별은 물론이고 면적, 보증금, 임대료 등 다양한 조건별로 편리하게 부동산 매물에 대한 검색이 가능하기 때문이다. 또한 최근에는 가상현실(VR)기술을 도입하여 보다 실제적인 부동산매물 정보를 제공함으로써 부동산매물을 직접 방문하여 살펴보는 것과 같은 효과를 주고 있기 때문이다.⁶⁾

이와 같이 부동산중개 모바일 앱은 부동산매물에 관한 정보를 사용자가 용이하게 탐색할 수 있는 서비스를 기반으로 성장하고 있다는 점에서 정보품질은 부동산중개 모바일 앱의 성장에 가장 핵심적인 요인이라 할 수 있다. 따라서 부동산중개 모바일 앱의 지속적인 성장을 위해서는 사용자의 기대에 부응할 수 있는 정보품질을 바탕으로 만족을 제공함으로써 지속적인 사용을 유도하는 것이 무엇보다 중요하다 할 수 있다.

그러나 이에 부동산중개 모바일 앱에 관한 연구는 상대적으로 매우 부족한 실정이다. 그동안 부동산중개와 관련된 연구들은 대부분 오프라인을 중심으로 부동산거래 활성화를 위한 요인을 분석하여 대안을 제시하는 연구들이었다. 또한 부동산 분야의 인터넷 관련 연구 1990년 이후부터 등장하였지만, 대부분 부동산분야서의 웹에 대한 개념과 기술,

2) 이투데이, 2015. 6. 24

3) 김동환·권대중, “부동산전자계약 시스템 도입의 중개업계 영향 및 대응방안”, 「대한부동산학회지」, 제42권, 대한부동산학회, 2016, p.207.

4) 통계청, www.index.go.kr

5) 이경아·김갑열, “부동산중개 모바일 앱의 지각된 가치가 사용자 만족에 미치는 영향”, 「주거환경 (한국주거환경학회논문집)」, 제13권, 한국주거환경학회논문집, 2015, p.282.

6) 정남호·이현애·김정만, “문화유산관광지에서 모바일 증강현실 어플리케이션의 만족과 지속사용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구”, 「관광·레저연구」, 제26권 제8호, 관광레저학회, 2014, pp.55~72.

부동산 중개 관련 정보의 형태 및 정보제공에 대한 인식 과 같은 현황 등을 중점적으로 다루고 있으며, 연구대상도 소비자 관점보다는 중개업소 관점에 초점을 두고 있다. 이후 부동산 구매자를 중심으로 부동산 웹사이트 관련 연구들이 최근에 이루지고 있는 형편이다. 특히 부동산 구매자 관점에서 부동산 웹사이트에 관한 연구들은 부동산관련 웹사이트가 부동산거래 활성화에 기여하고 있으며, 더 나아가 모바일 커머스에 대대응할 수 있는 전략의 필요성을 강조하고 있다(최민섭, 신종철, 2007; 임채관, 2012; 정미애, 김동현, 2012; 김정익, 2013).

이에 본 연구에서는 부동산중개 모바일 앱의 성장을 위해서는 사용자의 기대를 충족할 수 있는 정보를 제공함으로써 사용자 만족을 높이는 것이 무엇보다도 중요하다는 관점에서 정보품질이 사용자 만족에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 사용자 기대와 만족에 관한 기대확신모형을 기반으로 부동산중개 모바일 앱의 정보품질이 사용자 만족에 영향을 미치는 과정을 탐색하여 부동산중개 모바일 앱이 지속적으로 성장할 수 있는 이론적·실무적 시사점을 제공하고자 한다.

2. 연구범위 및 방법

부동산중개 모바일 앱의 사용자 만족에 영향을 미치는 요인은 다양하지만, 본 연구에서는 부동산중개 모바일 앱을 사용하는 핵심적인 목적은 부동산중개 정보탐색에 있다는 판단으로 정보품질이 사용자 만족에 미치는 영향관계를 분석하는데 중점을 두고 있다. 이를 위해 사용자 만족을 설명하는 대표적인 모형인 기대확신모형을 바탕으로 만족에 영향을 미치는 요인을 설정하였다.

기대확신모형에서는 정보시스템 사용자의 만족과 지속적 사용의도를 설명하는 모형으로, 정보시스템을 사용 후 결과에 대한 사용자의 기대충족은 성과에 대한 확신으로 이어지며, 이는 정보시스템에 대한 유용성지각과 만족에 영향을 미침으로써 지속적 사용의도가 형성된다는 것이다. 이에 본 연구에서는 부동산중개 모바일 앱에 대한 사용자 만족의 선행요인으로 확신과 지각된 유용성으로 하였으며, 확신과 지각된 유용성은 정보시스템을 사용한 경험에 대한 평가로 형성된다는 맥락에서 정보품질을 확신과 지각된 유용성의 선행요인으로 설정하여 인과관계를 분석하였다.

분석을 위한 연구대상은 부동산중개 모바일 앱을 직접 사용한 경험이 있는 일반 소비자를 대상으로 구조화된 설문지를 통하여 자료를 수집하였다. 수집된 자료는 구조방정식모형을 활용하여 인과관계를 확인하였다.

Ⅱ. 이론 및 선행연구 고찰

1. 부동산중개 모바일 앱

부동산중개 모바일 앱은 모바일을 통한 부동산 거래정보를 제공하는 서비스로 중개대상물에 대한 다양한 정보와 부동산 관련 정보를 사용자들이 시간과 지역에 제한 없이 실시간으로 정보 제공하는 모바일 앱이다.⁷⁾ 부동산중개 모바일 앱의 서비스는 시스템 개발자, 부동산 정보 제공자, 정보 사용자로 구성된다. 시스템 개발자는 모바일 앱을 운영하며, 정보제공자는 주로 부동산중개업소로 구성되며 부동산거래에 관한 정보를 실시간으로 제공한다. 마지막으로 사용자는 부동산중개 모바일 앱을 통하여 자신의 목적에 부합되는 정보를 탐색하여 부동산 거래에 활용한다. 이러한 관점에서 부동산중개 모바일 앱은 대표적인 O2O서비스이다. O2O 서비스는 정보통신기술 기반으로 온라인을 통해 고객을 유치하여 오프라인으로 구매를 유도하는 방식이다.⁸⁾ O2O는 온라인과 오프라인이 상호 유기적으로 연결되면서 새로운 가치를 창출하는 것으로 현대인의 생활 속에 빠르고 깊숙이 자리 잡으면서 기존의 온·오프라인의 경계를 허물고 있다. O2O 서비스는 모바일 쿠폰을 비롯하여 음식배달, 교통, 부동산, 숙박, 의료분야까지 확장되고 있다.

부동산정보 모바일 앱은 2012년 ‘직방’이 최초로 서비스를 개시한 이후 현재까지도 급성장을 하고 있다. 코리아클릭의 자료에 의하면, 부동산정보 모바일 앱을 다운로드 받아 설치한 사람이 2014년 9월부터 2015년 10월 현재까지 매월 300만 명이 넘으며, 이용자도 월 평균 180만 명이 넘을 정도로 급증하고 있다. 또한 부동산 관련 전체 모바일 앱의 이용현황을 살펴보면, 2015년 10월 한 달 동안 부동산관련 모바일 앱을 설치한 사람이 5백만 명을 넘어섰고, 이용자수도 250만 명을 넘고 있으며, 1회 평균 이용시간은 13.2분이고 평균적으로 재방문하는 사람의 경우 3일마다 재방문이 발생하는 것으로 집계되었다.⁹⁾

이와 같은 부동산중개 모바일 앱은 급성장을 하고 있다. 이러한 배경에는 부동산 시장에서 새로운 틈새시장 형성과 부동산중개 모바일 앱이 주는 혜택 때문이다. 최근 1-2인가구의 증가는 원룸과 투룸 등의 소형 부동산의 임대수요를 증가시켜 부동산 시장의 새로운 틈새시장이 형성되었다. 또한 스마트폰의 보급률의 급격한 증가는 사용자로 하여금 부동산중개 모바일 앱을 사용할 수 있는 기반을 제공하였으며, 이를 통하여 다양한 부동산거래 정보를 탐색할 수 있기 때문에 정보탐색을 위한 시간과 노력을 줄이면서 다양한

7) 이경아·김갑열, 앞의 논문, 2015, p.282.

8) 김대건, “O2O(Online-To-Offline) 동향과 시사점”, 「정보통신방송정책」, 2014, p.3

9) 이경아, “부동산정보 웹과 앱의 품질요인과 지속적 사용의도”, 강원대학교대학원 박사학위논문, pp.20~21.

정보를 바탕으로 합리적인 의사결정을 통해 구매위험을 줄일 수 있는 혜택이 있기 때문이다. 또한 부동산중개업소에서는 잠재고객을 확보하여 거래성사의 가능성을 높여주는 혜택을 제공하고 있다.

2. 기대확신모형

기대확신모형(Expectation-Confirmation Model: ECM)은 기대확신이론(Expectation-Confirmation Theory: ECT)을 기반으로 정보시스템 기술의 지속적 사용의도를 설명하고 있다. ECT는 소비자 만족과 구매, 그리고 구매 후 행동 간의 관계를 설명한 이론으로, 소비자들은 상품이나 서비스를 구매하기 전의 사전기대와 구매 후 시용 경험에 성과인식 간의 비교를 통하여 확신이 형성되며, 확신을 바탕으로 한 만족여부가 재구매 행동으로 이어지게 된다는 것이다.¹⁰⁾

그러나 Bhattacharjee(2001)는 정보시스템의 경우 기대와 확신은 실제적인 사용을 통하여 형성되며, 이를 통하여 정보시스템의 유용성을 지각하게 되어 만족이 형성되어 지속적 사용의도로 이어진다는 주장을 하면서 ECM을 <그림 1>과 제시하였다. 기대확신 모형에서 확신은 정보시스템을 실제로 사용한 결과에 대한 평가로서 평가결과와 자신의 기대를 충족하게 되면 성과에 대한 신념이 형성되어 정보시스템의 유용성을 지각하게 된다. 또한 만족은 사용자 욕구의 충족으로 정보시스템을 사용한 결과 자신의 욕구가 충족되었다는 지각이다. 따라서 만족은 확신과 지각된 유용성에 의해 형성하게 된다. 마지막으로 지속적 사용 의도는 만족과 지각된 유용성에 의해 형성된다. 특히 지각된 유용성은 정보시스템 사용에 따른 성과에 대한 믿음으로 이러한 믿음은 지속적으로 사용하고자 하는 동기를 추동하게 된다.

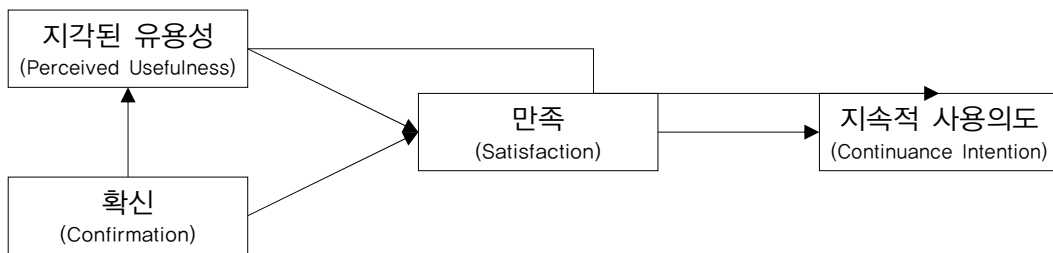
ECM은 정보시스템뿐만 아니라 웹사이트와 모바일 앱을 대상으로 지속적 사용의도를 설명하는 유용한 모형으로 간주되고 있다. Lin, Wu, 그리고 Tsai¹¹⁾는 웹 포털 분야에서 지각된 즐거움과 지속적 사용의도 간의 관계를 ECM을 바탕으로 분석하였으며, Thong, Hong, 그리고 Tam¹²⁾은 모바일 인터넷 사용자를 대상으로 모바일 인터넷의 지속적 사용

10) Bhattacharjee, A., "Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model", 「MIS quarterly」, Vol.25 No.3, 2001, p.203.

11) Lin, C. S., Wu, S., & Tsai, R. J., "Integrating perceived playfulness into expectation-confirmation model for web portal context.", 「Information & management」, Vol.42 No.5, 2005, pp.683~693.

12) Thong, J. Y., Hong, S. J., & Tam, K. Y., "The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance", 「International Journal of Human-Computer Studies」, Vol.64 No.9, 2006, pp.799~810.

의도를 분석하였다. 또한 Hung, Hwang, 그리고 Hsieh¹³⁾는 모바일 커머스의 지속적 사용의도를 ECM을 적용하여 분석하였다. 또한 국내에서 이선로와 정연오,¹⁴⁾ 김재전 등¹⁵⁾은 ECM을 적용하여 인터넷 쇼핑사이트의 지속적 사용의도를 분석하였으며, 정남호 등,¹⁶⁾ 한진성과 윤지환¹⁷⁾은 모바일 관광 애플리케이션의 지속적 사용의도를 분석하기 위하여 ECM을 활용하였다.



출처: Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model, MIS quarterly, p.353.

[그림 1] 기대확신모형

3. 정보품질과 기대확신모형

정보품질이란 정보시스템을 통하여 제공받는 정보에 대하여 지각하는 효율성으로 정의된다.¹⁸⁾ 정보품질은 사용자에게 유용하고 가치 있는 정보를 제공함으로써 효과적인 구매를 도와주는 역할을 한다. 그러므로 정보품질은 사용자의 목적에 부합되는 정보를 정확하고 이해하기 쉽도록 제공함을 의미한다.

정보품질은 사용자에게 적합한 정보의 속성을 의미하는 내재적 차원¹⁹⁾과 정보를 효과

13) Hung, M. C., Hwang, H. G., & Hsieh, T. C., "An exploratory study on the continuance of mobile commerce: an extended expectation-confirmation model of information system use", 「International Journal of Mobile Communications」, Vol.5 No.4, 2007, pp.409~422.

14) 이선로·정연오, "가중화된 기대충족모형을 이용한 인터넷 쇼핑 사이트의 지속적 사용에 관한 연구" 「경영과학」, 제25권 제3호, 한국경영과학학회, 2008, pp.135-156.

15) 김재전·박경자·노희옥, "기대일치성이 인터넷 쇼핑몰의 전반적 만족과 지속사용 의도에 미치는 영향", 「인터넷전자상거래연구」, 제9권 제3호, 한국인터넷전자상거래학회, 2009, pp.313~336.

16) 정남호·이현애·김정만, 앞의 논문, 2014, pp.55~72.

17) 한진성·윤지환, "기대확신모형을 통한 모바일 관광 애플리케이션 사용자의 고착성 형성요인 분석", 「호텔경영학연구」, 제23권 제2호, 한국호텔외식관광경영학회, 2014, pp.195~217.

18) DeLone, W. H., & McLean, E. R., "Information systems success: The quest for the dependent variable" 「Information systems research」, Vol3, No1, 1992, pp.60~95.

적으로 해석하고 이해하도록 할 수 있게 해주는 정도인 표현적 차원²⁰⁾으로 구성된다. 그러므로 정보품질의 측정은 정보의 정확성, 일관성, 적시성, 활용성, 신뢰성, 최신성, 표현성 등과 같이 다양한 측면에서 측정된다.²¹⁾ 또한 부동산정보 웹사이트 및 모바일 앱의 정보품질에 관하여 최민섭과 신종철²²⁾은 정보품을 충분성, 명확성, 정확성, 신뢰성, 전문성 등으로 측정하였다. 김정익²³⁾은 정보의 관련성, 명확성 및 우수성 문제와 관련하여 관련성, 정보의 시간성과 연관하여 시기적절성, 신뢰할 수 있고 정확하고 일관된 정보 제공을 의미하는 신뢰성, 정보의 포괄성을 의미하는 범위, 정보의 가치를 의미하는 지각된 유용성을 구분하였다.

부동산 거래에는 소유권의 변동을 수반하는 매매, 교환, 증여와 임대차 등으로 분류되며, 부동산은 그 거래 자체가 잠재적 위험성을 내포하고 있다.²⁴⁾ 그러므로 부동산 거래 가격은 매우 고가이면서, 구매위험이 높은 고관여 상품으로 구매과정에서 정보탐색은 다양한 대안을 선정할 수 있으며, 이를 바탕으로 구매결정을 하는 기반이 되기 때문에 구매위험을 감소시키는 핵심적인 요인이 된다.²⁵⁾ 그러므로 부동산을 구매하고자 하는 구매자는 보다 다양한 부동산 매물에 대한 정보탐색에서 시간과 노력을 최소화하여 자신이 원하는 부동산 매물에 대한 정보를 탐색하기를 원하게 된다. 이러한 관점에서 부동산중개 모바일 앱은 다양한 정보원인 중개업소로부터 부동산 매물에 관한 정보를 집적하여 사용자가 시간과 공간의 제약 없이 용이하게 탐색할 수 있는 서비스를 제공함으로써 효과적인 정보탐색이 가능하게 한다. 또한 구매자와 중개업소 간의 직거래는 부동산 매물에 대한 허위 정보로 인한 문제를 발생시킬 가능성이 높기 때문에 구매자는 부동산중개 모바일 앱을 통하여 이를 방지할 수 있다는 기대충족이 가능하다.²⁶⁾ 또한 부동산중개 모바일 앱

19) Nelson, R. R., Todd, P. A., & Wixom, B. H., "Antecedents of information and system quality: an empirical examination within the context of data warehousing", 「Journal of Management Information Systems」, Vol.21 No4, 2005, p.202.

20) Wang, R. Y. & Strong, D. M., "Beyond accuracy: What data quality means to data consumers", 「Journal of management information systems」, 1996, pp.5~33.

21) Negash, S., Ryan, T., & Igbaria, M., "Quality and effectiveness in web-based customer support systems", 「Information and Management」, Vol.40 No8, 2003, pp.757~768.

22) 최민섭·신종철, "인터넷 부동산서비스품질이 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구", 「주택연구」, 제15권 제1호, 한국주택학회, 2007, pp.63-98.

23) 김정익, "부동산 포털사이트의 매물정보 품질개선에 관한 연구-부동산업 종사자를 대상으로", 「부동산학연구」, 제19권 제3호, 한국부동산분석학회, 2003, pp.161~180.

24) 최수길·최형석, "부동산 거래사고 예방을 위한 에스스로우제도의 활성화에 관한 연구", 「대한부동산학회지」, 제30권 제1호, 대한부동산학회, 2012, p.166.

25) 이경아·김갑열, "부동산중개 모바일 앱의 지각된 가치가 사용자 만족에 미치는 영향", 「주거환경 (한국주거환경학회논문집)」, 제13권, 한국주거환경학회논문집, 2015, p.283.

26) 유원상·이창석, "부동산업에 있어 윤리·도덕의 상관관계", 「대한부동산학회지」, 제26권 제1호, 대한부동산학회, 2018, p.166.

에서는 부동산 거래에 관련되어 다양한 정보를 제공하기 때문에 구매자와 부동산 중개업소 간의 정보의 비대칭성으로 인한 불공정거래를 사전에 방지할 수 있다.²⁷⁾

이때 사용자가 부동산중개 모바일 앱을 사용하여 자신이 원하는 부동산 매물을 검색하는 경우 사용에 따른 성과를 인지하게 되고, 이를 바탕으로 부동산중개 모바일 앱의 유용성을 지각하게 된다. 이는 기대확신모형에서 확신과 지각된 유용성은 정보시스템 활용의 성과에 대한 평가의 결과 인식되는 것으로, 사용자가 부동산중개 모바일 앱을 활용하여 자신이 원하는 부동산 매물에 관한 정보를 효과적으로 탐색하였다는 인식에 의해 확신과 지각된 유용성이 결정된다는 것이다. 또한 확신과 지각된 유용성은 부동산 중개 모바일 앱의 사용결과에 대한 평가로 결정되기 때문에 긍정적인 평가는 사용자 만족으로 이어진다.

종합하면, 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자가 신뢰할 수 있는 다양한 최신의 정보를 보다 실제적으로 제공하는 것으로 이는 사용자로 하여금 자신이 원하는 부동산 매물에 대한 정보를 효율적이고 효과적인 탐색할 수 있는 기반이 된다. 또한 허위정보로 인한 거래위험을 줄일 수 있으며, 정보의 비대칭성을 해소할 수 있기 때문에 거래의 공정성도 기대할 수 있다. 따라서 정보품질은 사용자의 기대를 충족시키고, 모바일 앱의 유용성을 지각하게 하는 요인이 된다. 또한 확신과 지각된 유용성은 성과에 대한 긍정적인 평가를 바탕으로 형성되기 때문에 만족을 결정하는 요인으로 작용하게 된다. 이와 같은 맥락에서 기대확신모형을 바탕으로 정보품질, 확신, 지각된 유용성, 사용자 만족 간의 관계를 살펴보고자 한다.

4. 선행연구와의 차별성

부동산중개와 관련된 연구에서 인터넷 웹사이트를 통한 부동산중개 관련 연구는 다수 존재하고 있으나, 모바일 앱에 관한 연구는 최근부터 진행되고 있기 때문에 거의 찾아보기 힘들다.

부동산중개 관련 인터넷 웹사이트에 관한 연구에서는 주로 부동산중개업소를 대상으로 부동산중개 인터넷 웹사이트의 개념 및 기술적 접근, 관련 산업 및 정보제공업체의 현황 등에 초점을 두고 있으며(경정익, 2013; 김동환, 권대중, 2016; 심형석·임채관·김향란, 2008), 소비자 관점에서 부동산중개 웹사이트에 대한 만족도 및 사용의도 등에 관

산학회, 2008, pp.233-255.

27) 김혜성·현무준·김영우, "중개수수료에 대한 시장참여자의 만족도 분석", 「대한부동산학회지」, 제32권 제1호, 대한부동산학회, 2014, pp.25-49.

한 연구(최민섭, 신종철, 2007)는 최근에서야 이루지고 있는 형편이다. 한편 부동산중개 모바일 앱과 관련된 연구(이경아, 김갑열, 2015; 이경아, 2015)에서는 부동산중개 인터넷 웹사이트와 모바일 앱의 품질을 정보품질, 서비스품질, 시스템품질로 구분하여 분석하고 있어 부동산중개 모바일 앱에서 가장 중요한 가치인 정보품질을 심도 있게 다루지 못하고 있는 실정이다.

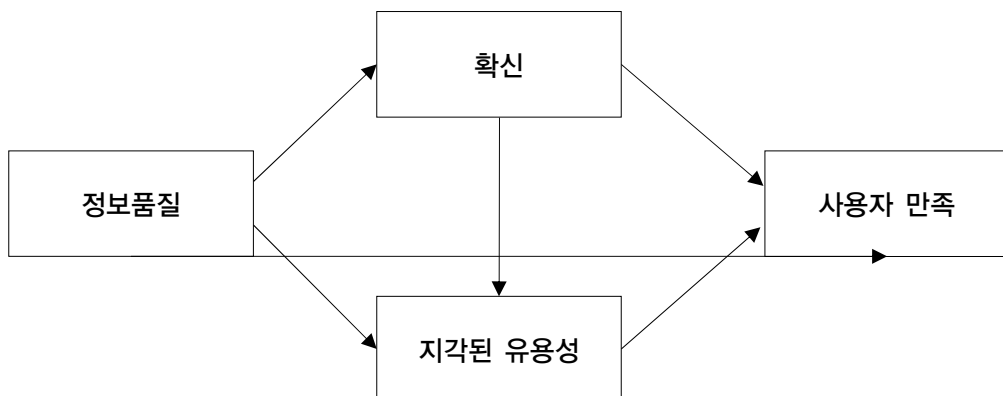
그러나 부동산분야 이외 모바일 banking(노미진, 장형유, 2011), 관광정보(박현지 외, 2011), 모바일 관광 어플리케이션(한진선, 윤진환, 2014) 분야의 연구에서는 정보품질을 심도 있게 다루고 있어 정보제공을 핵심 서비스로 하는 모바일 앱의 특성을 감안한 연구가 진행되고 있다.

따라서 본 연구에서는 기존 부동산중개 인터넷 웹사이트와 모바일 앱에 관련된 연구와는 다르게 정보품질을 중심으로 사용자 만족에 미치는 영향을 분석함으로써 부동산중개 모바일 앱이 정보중간상으로서의 역할 강화를 위한 시사점을 제공하고 있다는 점에서 차별성이 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

이론적 논의를 바탕으로 한 연구모형은 <그림 1>과 같으며,



[그림 1] 연구모형

2. 가설 설정

정보품질은 모바일 앱의 사용자에게 의해 평가되는 것으로 정보의 정확성, 적시성, 현재성 등으로 평가된다. 이러한 정보품질은 사용자로 하여금 자신이 원하는 정보를 신속하게 검색할 수 있어 정보검색에 필요한 노력과 시간을 절약할 수 있기 때문에 성과에 대한 확신을 하게 되며, 모바일 앱의 유용성을 지각하게 된다. 이와 관련하여 문영주와 이종호²⁸⁾는 인터넷 쇼핑몰, 노미진과 장형유²⁹⁾는 모바일 banking 서비스, 박현지 등³⁰⁾은 모바일 관광정보 서비스를 최훈과 최유정³¹⁾은 스마트폰 애플리케이션을 대상으로 정보품질이 신뢰 및 확신, 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치며, 이는 만족과 지속적 사용의도를 높이는 원인으로 작용한다는 결과를 제시하고 있다.

이러한 선행연구 결과를 바탕으로 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 확신과 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예측된다. 이는 부동산 거래에 있어서 매물에 대한 정보는 자신이 원하는 부동산 거래를 위해 필수적이기 때문에 부동산중개 모바일 앱에서 제공되는 정보의 품질수준이 높으면 사용자는 자신이 원하는 정보를 쉽게 검색할 수 있고, 이를 통하여 자신이 원하는 부동산 거래를 용이하게 할 수 있다. 따라서 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자의 기대를 충족시키는 핵심적인 요인이 되며, 기대 충족을 통하여 사용자는 부동산중개 모바일 앱의 유용성을 지각하게 되어 결과적으로 만족을 높게 된다. 이와 같은 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 확신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

28) 문영주·이종호, “인터넷 쇼핑몰에서 소비자 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 신뢰와 정보시스템 품질 중심으로”, 「경영교육연구」, 한국경영학회, 제40권, 2005, pp.211~231.

29) 노미진·장형유, “모바일뱅킹 품질 및 지각된 신뢰가 재이용 의도에 미치는 영향”, 「산업경제연구」, 제24권 제2호, 한국산업경제학회, 2011, pp.927~952.

30) 박현지·박중환·이정실·김영하, “신뢰와 만족을 매개로 한 모바일 관광정보 서비스의 특성, 경험가치, 사용의도에 관한 관계분석”, 「호텔경영학회」, 제20권 제1호, 한국호텔외식관광경영학회, 2011, pp.245~265.

31) 최훈·최유정, “스마트폰 애플리케이션 품질이 신뢰 및 지속적 사용의도에 미치는 영향”, 「한국산업정보학회논문지」, 제16권 제4호, 한국산업정보학회, 2011, pp.151~162.

기대확신모형에서 확신은 정보시스템을 사용함으로써 자신의 기대를 충족시킬 수 있다는 신념과 믿음이기 때문에 이는 지각된 유용성을 높이는 원인으로 작용하게 된다고 하였다. Bhattacharjee는 기대확신이론을 기반으로 온라인 बैं킹의 지속적 사용의도를 설명하는 모형을 설정하고 실증분석 하여 사용자가 유용성에 대한 지각이 높은 경우 기대를 충족시키지 못한다는 인식을 감소시키는 것을 확인하여 확신이 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미친다는 주장을 하였다.³²⁾ 이와 같은 주장은 기대확신모형을 활용한 다양한 연구에서 실증분석을 통하여 확인되었다. 선행연구들은 사용자의 확신은 지각된 유용성을 비롯하여 사용용이성과 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 제시하였으며, 또한 사지각된 유용성은 만족이나 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝히고 있다.³³⁾ 이상과 같은 선행연구 맥락에서 부동산중개 모바일 앱에 대한 확신은 모바일 앱을 사용함으로써 자신이 원하는 부동산 매물에 대한 정보를 용이하게 검색할 수 있다는 신념과 믿음이기 때문에 지각된 유용성에 긍정적으로 작용할 것으로 예측된다. 이에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4. 부동산중개 모바일 앱에 대한 확신은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기대확신모형에서는 확신과 지각된 유용성은 만족에 영향을 미치는 중요한 요인이라 설명하고 있다. Bhattacharjee³⁴⁾에 의하면 확신과 지각된 유용성은 정보시스템의 사용성과가 사용자의 기대를 충족시켰다는 평가에 의해 형성되기 때문에 만족으로 이어진다는 것이다. 이는 선행연구에서도 실증분석을 통하여 주장하고 있다. 그들의 주장에 의하면, 웹과 모바일 앱의 사용을 통하여 사용자의 기대가 충족되면 확신과 지각된 유용성이 형성되어 만족하는 경향이 있다는 것이다.³⁵⁾ 이에 본 연구에서도 선행연구의 결과를 바탕으로 확신과 지각된 유용성을 사용자 만족의 형성 요인으로 예측하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5. 부동산중개 모바일 앱에 대한 확신은 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

32) Bhattacharjee, op. cit., 2001, pp.201~214.

33) Lin, Wu & Tsai, 2005; Hong, Thong & Tam, 2006; Hsieh & Wang, 2007

34) Bhattacharjee, op. cit., 2001, p.201~214

35) Lin, Wu & Tsai, 2005; Thong, Hong & Tam, 2006

가설 6. 부동산중개 모바일 앱에 대한 지각된 유용성은 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 측정도구

본 연구의 핵심개념은 정보품질, 확신, 지각된 유용성, 사용자 만족이다.

정보품질의 측정문항은 Wang³⁶⁾의 연구에서 활용한 문항을 바탕으로 정보의 유용성 4문항, 최신성 3문항, 정확성 3문항의 총 10개 문항으로 측정하였다. 확신의 측정문항은 Bhattacharjee,³⁷⁾ Lin 등³⁸⁾의 연구에서 활용된 문항을 바탕으로 사용자의 기대충족, 사용자의 요구충족, 사용자의 신뢰충족의 3문항으로 구성하였다. 지각된 유용성은 Thong 등³⁹⁾의 연구에서 활용된 문항을 바탕으로 부동산 거래시 유용, 원하는 매물을 신속하게 찾음, 거래를 위한 노력의 감소, 편리한 부동산 거래 가능의 4개 문항으로 구성하였다. 사용자 만족은 Wu와 Wang⁴⁰⁾, Lin 등⁴¹⁾의 연구에서 활용된 문항을 바탕으로 선택에 대한 만족, 서비스에 대한 만족, 경험에 대한 만족, 전반적인 만족의 4개 문항으로 측정하였다. 측정은 전혀 그렇지 않다(1)에서 매우 그렇다(5)까지의 리커트 5점 척도로 측정하였다.

4. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 목적은 부동산중개 모바일 앱의 정보품질과 사용자 만족 간의 관계를 기대 확신모형을 중심으로 분석하는 데 있다. 따라서 연구대상은 부동산중개 모바일 앱을 통하여 부동산 매물을 검색한 경험이 있는 20세 이상 일반 성인을 대상으로 하였다. 자료수집은 부동산 거래와 관련된 블로그, 카페 등의 회원에게 설문요청을 하여 부동산중개

36) Wang, Y. S., "Assessing e-commerce systems success: a respecification and validation of the DeLone and McLean model of IS success", 『Information Systems Journal』, Vol.18 No.5, 2008, pp.529~557.

37) Bhattacharjee, op. cit., 2001, p.201~214.

38) Lin, T. C., Wu, S., Hsu, J. S. C. & Chou, Y. C., "The integration of value-based adoption and expectation-confirmation models: An example of IPTV continuance intention", 『Decision Support Systems』, Vol.54 No.1, 2012, pp.63~75.

39) Thong et. al., op. cit., 2006, pp.799~810.

40) Wang, H. Y., & Wang, S. H., "Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint", 『International Journal of Hospitality Management』, Vol.29 No.4, 2010, pp.598~608.

41) Lin et. al., op. cit., 2012, pp.63~75.

모바일 앱을 직접 사용한 경험이 있는 회원을 대상으로 자료를 수집하였다. 자료 수집을 위해 설문에 동의한 회원 중 지방에 거주하는 회원에게는 이메일을 통하여 자료 수집을 하였으며, 수도권 거주 회원에게는 직접 방문하여 설문을 진행하였다. 자료 수집 기간은 2016년 4월 3일부터 5월 5일까지 약 1개월이 소요되었으며, 회수된 설문지는 538부였다. 그 중 무응답 항목이 많은 설문지와 불성실하게 응답한 설문지 23부를 제외한 515부가 분석에 활용되었다.

응답자는 남자가 51.1%, 여자가 48.9%로 비슷한 분포를 보였으며, 연령은 30대가 42.1%로 가장 많았으며, 다음으로 20대, 25.8%, 40대 23.5%의 순이었다. 학력은 대졸이 64.9%로 가장 많은 분포를 보였으며, 전문대졸 13.8%, 고졸 11.3%, 대학원 이상 10.1%의 순으로 나타났다. 직업은 회사원이 61.2%로 가장 많은 분포를 보였고, 다음으로 주부 및 기타 12.8%, 전문직 12.0%, 자영업 9.3%였다. 거주 지역은 서울 및 경기도가 50.3%였으며, 광역시 37.3%, 기타 지방 12.4%의 분포였다. 부동산중개 모바일 앱을 통한 정보검색 내용은 투룸 29.9%, 원룸 27.2%, 3룸 이상 22.7%, 기타 20.2%로 나타나 원룸과 투룸을 검색한 경우가 50% 이상으로 나타났다.

Ⅵ. 분석결과

1. 측정도구의 타당성과 신뢰성

본 연구에서는 측정문항들의 신뢰성과 타당성 검증을 위해 수렴타당성과 판별타당성, 신뢰도 분석을 실시하였다. <표 1>은 LISREL 9.1를 이용한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)결과와 Cronbach's α 값을 보여주고 있으며, <표 2>는 개념간 상관계수와 판별타당성 분석결과를 보여주고 있다.

<표 2>에서 각 개념의 측정치의 적재값(λ)은 모두 유의하며 상당히 큰 것으로 나타나고 있다. 또한 복합신뢰도(composite reliability)는 모든 개념이 기준치인 0.6보다 큰 것으로 나타났다. 평균추출분산(AVE) 값은 자율성을 제외하고는 모두 기준치인 0.5보다 크며, Cronbach's α 도 허용기준인 0.7보다 높거나 약간 낮은 것으로 나타났다. 이상의 통계분석 결과는 각 개념의 측정치가 수렴타당성과 신뢰성을 충족시키고 있음을 보여주고 있다.

〈표 1〉 확인적 요인분석과 신뢰성 분석결과

개념	문항	표준화 적재값 (λ)	t-값	Composite Reliability	AVE	Cronbach's α
정보품질	유용성	.785	20.310	.853	.660	.851
	최신성	.812	21.314			
	정확성	.839	22.363			
확신	확신1	.733	18.239	.784	.548	.783
	확신2	.772	19.667			
	확신3	.714	17.709			
지각된 유용성	유용성1	.708	17.720	.823	.537	.822
	유용성2	.728	18.409			
	유용성3	.752	19.255			
	유용성4	.742	18.894			
사용자 만족	만족1	.764	19.658	.842	.571	.822
	만족2	.728	18.369			
	만족3	.792	20.693			
	만족4	.737	18.664			

판별타당성에 대한 검증을 위해 우선, Anderson과 Gerbing⁴²⁾의 검증방법을 따라 모든 개념의 상관계수가 1.0으로 제약된 모델(constrained model)과 제약되지 않은 모델(unconstrained model) 간의 χ^2 값 차이 검증을 실시하였다. 분석결과, 제약모델의 χ^2 값은 429.66(df=76, p=.000), 비제약모델의 χ^2 값은 214.01(df=71, p=.000)로, 두 모델 간의 χ^2 값의 차이 215.65(Δ df=5)는 통계적으로 유의적인 것으로 확인되었다. 또한, Fornell과 Larcker⁴³⁾의 검증방법을 따라 평균분산추출값(average variance extracted: AVE)을 계산하여 이의 제공근 값과 개념 간 상관계수의 값과 비교한 결과, 〈표 3〉과 같

42) Anderson, J. C., & Gerbing D. W., "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach", 「Psychological Bulletin」, Vol.103 No.3, 1988, pp.411~423.

43) Fornell, C. & Larcker, D. F., "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", 「Journal of Marketing Research」, Vol.18 No.1, 1981, pp.39~50.

이 모든 개념의 AVE 제공근 값이 해당 개념과 여타 개념 간의 상관계수 값보다 큰 것으로 나타났다. 이상의 분석결과에 따라 연구모형에 포함된 개념의 측정치는 어느 정도 판별타당성을 지닌 것으로 평가되었다.

〈표 2〉 개념간의 상관관계

개념	정보품질	확신	지각된 유용성	사용자 만족
정보품질	.812			
확신	.551 (20,407)	.740		
지각된 유용성	.506 (20,240)	.651 (31,000)	.733	
사용자 만족	.592 (22,769)	.662 (27,583)	.672 (33,600)	.756

()안은 t값, 대각선은 AVE의 제공근 값임.

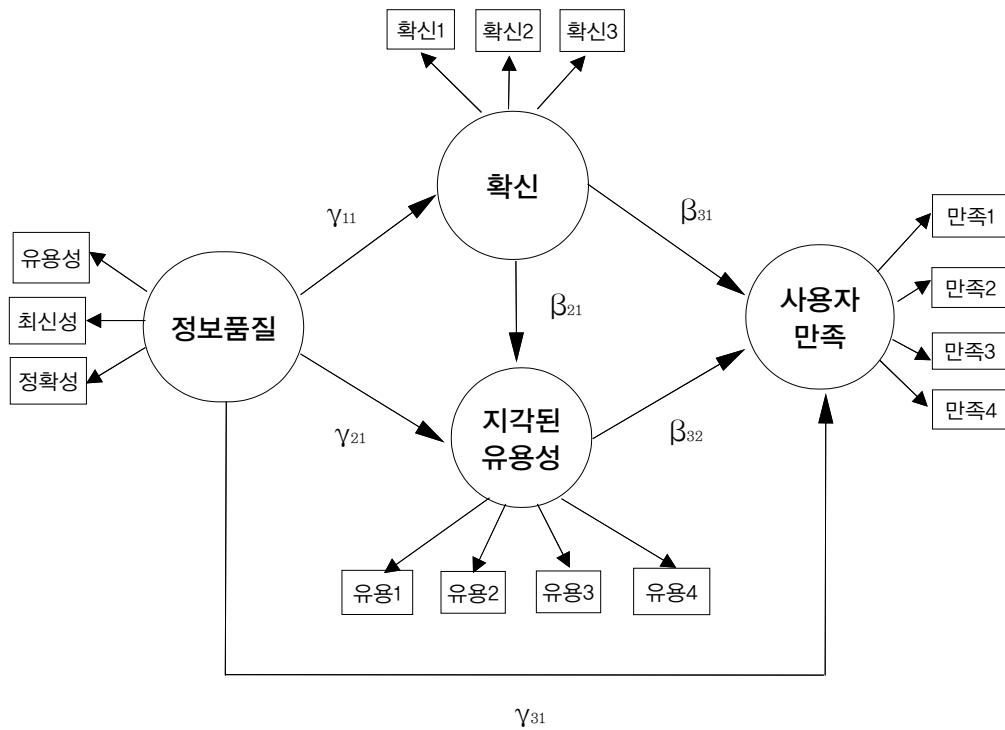
2. 가설검증

본 연구의 주요 개념간의 상관관계를 살펴보면 〈표 2〉와 같이 모든 상관계수는 $p=.001$ 수준에서 유의적인 값을 갖는 것으로 나타났다. 정보품질은 확신과 지각된 유용성, 사용자 만족과 모두 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 확신은 지각된 유용성과 사용자 만족에 모두 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 지각된 유용성은 사용자 만족과 높은 정(+)의 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

가설검증을 위한 구조방정식모형은 〈그림 2〉와 같으며, 각 개념간의 인과관계를 분석한 결과는 〈표 3〉과 같다.

〈표 3〉과 같이 가설검증을 위한 구조방정식모형의 적합도는 $\text{Chi-Square}=214.01$ ($\text{df}=71$, $p=.000$), $\text{GFI}=.943$, $\text{NFI}=.982$, $\text{CFI}=.988$, $\text{IFI}=.9988$, $\text{RMR}=.036$, $\text{RMSEA}=.063$ 으로 양호한 것으로 나타났다.

각 개념간의 관계를 살펴보면, 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 확신($\beta=.797$, $t=14.643$, $p<.001$), 지각된 유용성($\beta=.179$, $t=2.270$, $p<.05$), 사용자 만족($\beta=.166$, $t=2.378$, $p<.05$)에 모두 직접적으로 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타나 이와 관련된 가설 1, 가설 2, 가설 3은 채택되었다.



[그림 2] 분석모형

부동산중개 모바일 앱에 대한 확신은 지각된 유용성($\beta=.781$, $t=8.338$, $p<.001$)에는 직접적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 사용자 만족에는 직접적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 이와 관련된 가설 4는 채택되었지만, 가설 5는 기각되었다. 그러나 확신은 지각된 유용성을 통하여 사용자 만족에 미치는 간접효과($\beta=.454$, $p<.01$)는 유의한 것으로 나타났으며, 총효과($\beta=.640$, $p<.001$)도 유의한 것으로 나타나 지각된 유용성이 확신과 사용자 만족 간의 관계를 매개할 가능성이 높은 것으로 밝혀졌다.

마지막으로 지각된 유용성은 사용자 만족($\beta=.581$, $t=3.409$, $p<.001$)에 직접적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 이에 관한 가설 6은 채택되었다.

〈표 3〉 구조모형에 대한 분석결과

가설 경로	β	t	p	가설채택 여부	효과		
					직접	간접	총효과
정보품질→확신	.797***	14.643	.000	채택	.797***		.797***
정보품질→지각된 유용성	.179*	2.270	.023	채택	.179*	.623***	.802***
정보품질→사용자 만족	.166*	2.378	.017	채택	.166*	.614***	.780***
확신→지각된 유용성	.781***	8.338	.000	채택	.781***		.781***
확신→사용자 만족	.185	1.111	.267	기각	.185	.454**	.640***
지각된 유용성→사용자 만족	.581***	3.409	.001	채택	.581***		.581***
적합도 지수	Chi-Square=214.01(df=71, p=.000), GFI=.943, NFI=.982, CFI=.988, IFI=.988, RMR=.036, RMSEA=.063						

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

V. 결 론

본 연구에서는 부동산중개 모바일 앱이 부동산중개 관련 정보를 제공함으로서 사용자의 만족 향상에 기여한다는 예측하에 기대확신모형을 기반으로 정보품질과 확신, 지각된 유용성, 사용자 만족 간의 관계를 분석하여 부동산중개 모바일 앱이 지속적으로 성장할 수 있는 이론적·실무적 시사점을 제공하고자 하였다. 이를 위해 부동산중개 모바일 앱을 사용한 경험이 있는 일반성인 515명의 자료를 분석하여 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자 기대를 충족할 것이라는 확신과 지각된 유용성, 그리고 만족에 모두 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나, 정보품질이 확신에 긍정적 영향을 미칠 뿐만 아니라 지각된 유용성에도 긍정적으로 영향을 줌으로써 사용자 만족 향상에 기여한다는 것을 규명하였다. 또한 정보품질은 사용자 만족에 직접적인 영향을 미치고 있어 부동산중개 모바일 앱이 부동산 중개 관련 정보제공을 핵심으로 하고 있다는 모바일 앱의 특성을 보여주고 있다. 부동산 구매과정에 있어 부동산 매물에 대한 정보탐색은 자신의 욕구충족과 구매위험을 감소시키기 위한 필수적인 과정이다. 그러므로 구매자는 정보탐색을 위해 많은 시간과 노력을 기울이게 되는데, 부동산중개 모바일 앱에서 제공하는 부동산 매물에 관한 정보는 정보탐색을 위한 노력을 최소한으로 할 수

있는 서비스이다. 따라서 사용자들은 부동산중개 모바일 앱을 통하여 자신이 원하는 정보를 탐색하는 것에 대한 기대를 가지고 있으며, 이를 충족하는 경우 부동산중개 모바일 앱에 대한 신뢰와 확신, 유용성 지각, 그리고 만족을 형성하게 된다는 것이다.

둘째, 부동산중개 모바일 앱에 대한 확신은 지각된 유용성에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 지각된 유용성을 통하여 만족에 간접적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이는 정보시스템의 사용 성과에 대한 기대충족은 정보시스템의 유용성을 지각하게 되는 근간이 된다는 기대확신모형⁴⁴⁾과 일치하는 결과이다. 따라서 부동산중개 모바일 앱의 사용자가 이를 통하여 자신이 원하는 부동산 매물에 관한 정보를 탐색하게 되는 경우 사용자는 부동산중개 모바일 앱을 통하여 자신의 기대를 충족할 수 있다는 확신을 가지게 되며, 이를 통하여 모바일 앱에 대한 유용성을 지각하게 된다는 것이다.

셋째, 지각된 유용성은 사용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀져 기대확신모형을 지지하고 있다. 기대확신모형에서 지각된 유용성은 정보시스템 사용 성과에 대한 평가가 긍정적일 경우 유용성을 지각하는 것으로 이는 만족에 직접적인 영향을 미친다고 설명하고 있다. 따라서 부동산중개 모바일 앱의 사용자가 성과에 대하여 긍정적으로 인식하는 경우 모바일 앱에 대한 유용성을 지각하게 되어 만족을 형성한다는 것이다.

이상과 같은 분석결과를 바탕으로 한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 부동산중개 모바일 앱의 정보품질은 사용자 만족을 형성하는데 있어 가장 핵심적인 요인이라는 것을 확인하였다. 부동산중개 모바일 앱의 가장 핵심적인 역할은 부동산 매물에 대한 정보를 사용자에게 시·공간의 제약 없이 제공한다는 측면에서 사용자는 부동산중개 모바일 앱에서 원하는 정보를 탐색하고, 결과에 대한 평가를 통하여 만족이 형성된다는 것이다. 따라서 부동산중개 모바일 앱은 부동산 매물에 대한 다양한 정보는 물론, 허위매물과 같은 부정확한 정보의 통제 및 선별, 보다 실제감이 있는 정보의 제공을 위해 노력해야 한다. 이를 위해서는 다양한 정보원 즉, 정보제공자인 부동산중개업소의 참여를 촉진하기 위한 전략과 증강현실과 같은 실제감 있는 정보를 제공하기 위한 기술의 개발, 허위매물을 사전에 차단하기 위한 방안의 수립이 필요하다.

둘째, 확신과 지각된 유용성은 사용자 만족을 결정하는 중요한 요인임이 밝혀졌다. 확신과 지각된 유용성은 사용성과에 대한 사용자의 평가에 의해 형성되는 것으로 부동산중개 모바일 앱은 사용자 관점에서 필요한 정보를 제공할 수 있어야 한다. 사용자는 단지 많은 정보를 원하는 것이 아니라 자신이 원하는 정보를 쉽고 빠르게 검색하기를 기대하고 있다. 이러한 사용자 기대에 부응하기 위해서는 사용자의 특성에 따라 검색하는 정보의

44) Bhattacharjee, op. cit., 2001, pp.201~214.

내용을 분석하여 이를 바탕으로 사용자 개개인에 최적화된 정보를 제공할 수 있는 시스템을 갖추어야 한다.

셋째, 부동산중개 모바일 앱은 대표적인 O2O 서비스이다. 즉, 구매자가 부동산중개 모바일 앱을 통하여 정보를 검색하고, 구매는 부동산중개업소를 방문하여 계약을 체결하게 된다. 따라서 부동산중개 모바일 앱에서는 정보를 탐색하는 사용자가 정보탐색과 동시에 부동산중개업소와의 연결이 가능할 수 있는 서비스의 제공은 구매를 위한 노력의 감소와 정보제공자인 부동산중개업소의 성과에도 직접적으로 영향을 미칠 수 있다. 이를 위해 부동산거래 정보제공자와의 직접적인 커뮤니케이션을 강화하기 위한 SNS(Social Network Service)의 개발 등이 요구된다.

넷째, 부동산중개 모바일 앱은 사용자와 중개업소를 연결시켜주는 O2O의 기능을 보다 확실하게 유지하여야 한다. 최근 부동산전자계약서의 도입으로 인하여 개인 간의 직거래가 활성화 될 수 있다는 우려가 높아지고 있다. 이와 같은 우려가 부동산중개 모바일 앱에서 현실화 될 경우 부동산중개업소의 이탈이 급속도로 이어질 수 있으며, 이는 부동산중개 모바일 앱에서 부동산 정보를 제공하는 정보원의 상실로 인하여 보다 다양한 정보의 제공이 불가능할 수 있기 때문이다. 따라서 부동산중개 모바일 앱에서는 개인 간 직거래보다는 중개업소를 통한 거래의 장점을 부각시키는 전략도 필요하다.

이상과 같은 분석결과와 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점이 있다. 첫째, 본 연구에서는 사용자의 확신과 지각된 유용성에 영향을 미치는 요인을 정보품질로 한정하여 분석하고 있다. 그러나 모바일 앱에서 제공되는 서비스는 정보만이 아니라 사용자와 운영자 간의 상호작용과 같이 다양한 서비스 요인들이 있다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 서비스 요인을 포함한 연구가 필요하다. 둘째, 본 연구에서는 부동산중개 모바일 앱의 사용자를 대상으로 분석하고 있으나, 그들이 단순 점보검색만 하는 경우도 많기 때문에 구매과정을 전반적으로 분석하는데 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 부동산 구매과정을 전반적으로 살펴볼 수 있는 연구의 필요성이 제기된다.

〈참고문헌〉

- 정정익, “부동산 포털사이트의 매물정보 품질개선에 관한 연구-부동산업 종사자를 대상으로”, 「부동산학연구」, 제19권 제3호, 한국부동산분석학회, 2013.
- 김대건, “O2O(Online-To-Offline) 동향과 시사점”, 「정보통신방송정책」, 2014.

- 김동환·권대중, “부동산전자계약 시스템 도입의 중개업계 영향 및 대응방안”, 「대한부동산학회지」, 제42권, 대한부동산학회, 2016.
- 김재전·박경자·노희옥, “기대일치성이 인터넷 쇼핑몰의 전반적 만족과 지속사용 의도에 미치는 영향”, 「인터넷전자상거래연구」, 제9권 제3호, 한국인터넷전자상거래학회, 2009.
- 김혜성·현무준·김영우, “중개수수료에 대한 시장참여자의 만족도 분석”, 「대한부동산학회지」, 제32권 제1호, 대한부동산학회, 2014.
- 노미진·장형유, “모바일뱅킹 품질 및 지각된 신뢰가 재이용 의도에 미치는 영향”, 「산업경제연구」, 제24권 제2호, 한국산업경제학회, 2011.
- 문영주·이종호, “인터넷 쇼핑몰에서 소비자 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 신뢰와 정보시스템 품질 중심으로”, 「경영교육연구」, 한국경영학회, 제40권, 2005.
- 박현지·박중환·이정실·김영하, “신뢰와 만족을 매개로 한 모바일 관광정보 서비스의 특성, 경험가치, 사용의도에 관한 관계분석”, 「호텔경영학연구」, 제20권 제1호, 한국호텔외식관광경영학회, 2011.
- 유원상·이창석, “부동산업에 있어 윤리·도덕의 상관관계”, 「대한부동산학회지」, 제26권 제1호, 대한부동산학회, 2008.
- 이경아, “부동산정보 웹과 앱의 품질요인과 지속적 사용의도”, 강원대학교대학원 박사학위논문, 2015.
- 이경아·김갑열, “부동산중개 모바일 앱의 지각된 가치가 사용자 만족에 미치는 영향”, 「주거환경 (한국주거환경학회논문집)」, 제13권, 한국주거환경학회논문집, 2015.
- 이선로·정연오, “가중화된 기대충족모형을 이용한 인터넷 쇼핑 사이트의 지속적 사용에 관한 연구” 「경영과학」, 제25권 제3호, 한국경영과학학회, 2008.
- 이투데이, 2015. 6. 24.
- 정남호·이현애·김정만, “문화유산관광지에서 모바일 증강현실 어플리케이션의 만족과 지속사용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구”, 「관광·레저연구」, 제26권 제8호, 한국관광레저학회, 2014.
- 정남호·이현애·김정만, “문화유산관광지에서 모바일 증강현실 어플리케이션의 만족과 지속사용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구”, 「관광·레저연구」, 제26권 제8호, 관광레저학회, 2016.
- 최민섭·신종철, “인터넷 부동산서비스품질이 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 「주택연구」, 제15권 제1호, 한국주택학회.
- 최수길·최형석, “부동산 거래사고 예방을 위한 에스크로우제도의 활성화에 관한 연구”, 「대한부동산학회지」, 제30권 제1호, 대한부동산학회, 2012

- 최훈·최유정, “스마트폰 애플리케이션 품질이 신뢰 및 지속적 사용의도에 미치는 영향”, 「한국산업정보학회논문지」, 제16권 제4호, 한국산업정보학회, 2011.
 - 통계청, www.index.go.kr
 - 한진성·윤지환, “기대확신모델을 통한 모바일 관광 애플리케이션 사용자의 고착성 형성요인 분석”, 「호텔경영학연구」, 제23권 제2호, 한국호텔외식관광경영학회, 2014.
 - Bhattacharjee, A., “Understanding information systems continuance: an expectation–confirmation model”, 「MIS quarterly」, Vol.25 No.3, 2001.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R., “Information systems success: The quest for the dependent variable”, 「Information systems research」, Vol.3, No.1, 1992.
- Du, Y., & Tang, Y., “Study on the Development of O2O E-commerce Platform of China from the Perspective of Offline Service Quality”, International Journal of Business and Social Science, Vol.5 No.4, 2014.
 - Hung, M. C., Hwang, H. G., & Hsieh, T. C., “An exploratory study on the continuance of mobile commerce: an extended expectation–confirmation model of information system use”, 「International Journal of Mobile Communications」, Vol.5 No.4, 2007.
 - Lin, C. S., Wu, S., & Tsai, R. J., “Integrating perceived playfulness into expectation–confirmation model for web portal context”, 「Information & management」, Vol.42 No.5, 2005.
 - Lin, T. C., Wu, S., Hsu, J. S. C. & Chou, Y. C., “The integration of value-based adoption and expectation–confirmation models: An example of IPTV continuance intention”, 「Decision Support Systems」, Vol.54 No.1, 2012.
 - Negash, S., Ryan, T., & Igbaria, M., “Quality and effectiveness in web-based customer support systems”, 「Information and Management」, Vol.40 No.8, 2003.
 - Nelson, R. R., Todd, P. A., & Wixom, B. H., “Antecedents of information and system quality: an empirical examination within the context of data warehousing”, 「Journal of Management Information Systems」, Vol.21 No.4, 2005.
 - Thong, J. Y., Hong, S. J., & Tam, K. Y., “The effects of post-adoption beliefs on the expectation–confirmation model for information technology continuance”, 「International Journal of Human–Computer Studies」, Vol.64 No.9, 2006.
 - Wang, H. Y., & Wang, S. H., “Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint”, 「International Journal of

Hospitality Management」, Vol.29 No.4, 2010.

- Wang, R. Y. & Strong, D. M., “Beyond accuracy: What data quality means to data consumers”, 「Journal of management information systems」, 1996.
- Wang, Y. S., “Assessing e-commerce systems success: a respecification and validation of the DeLone and McLean model of IS success”, 「Information Systems Journal」, Vol.18 No.5, 2008.

〈투고(접수)일자 2016.11.01. 심사(수정)일자 2016.11.18. 게재확정일자 2016.12.26〉