

항공 기내식의 서비스 품질에 대한 고객 기대도와 인지도 측정

김춘빈 · *백승희* · 양일선**

연세대학교 생활환경대학원 호텔·외식·급식경영전공
*신구대학 식품영양과, **연세대학교 식품영양학과

The Measurement of Expected and Perceived Service Quality of In-flight Meal by Customers

Choon-Bin Kim, *Seung-Hee Baek* and Il-Sun Yang**

Dept. of Hotel, Restaurant & Institutional Management, Yonsei University, Seoul 120-749, Korea

**Dept. of Food & Nutrition, Shingu College, Seongnam 462-743, Korea*

***Dept. of Food & Nutrition, Yonsei University, Seoul 120-749, Korea*

Abstract

The current exploratory study attempted to investigate the levels of expected and perceived service quality of in-flight meals. A questionnaire was developed following extensive literature review and in-depth interviews. The survey was conducted on board a flight by international passengers and also by passengers in the trans lounge waiting for connecting flights between October 21, 2005 through October 30, 2005. Out of the 450 questionnaires administered, a total of 319 completed questionnaires were returned, yielding a response rate of 89.6%. The 20 items representing the service quality factor of in-flight meals were analyzed, resulting in four distinct dimensions—food quality, employee service, cleanliness and reliability. In all dimensions, customer expectation was higher than the perceived level of service and the service quality of Korean based airlines was higher than that compared to foreign based airlines. There were differences in the perceived service quality of in-flight meals according to the demographics of the respondents. The results of this study can be beneficial from a theoretical and practical point of view by providing empirical data that measures the service quality of in-flight meals.

Key words: in-flight meal, expected service quality, perceived service quality, food quality, employee service, cleanliness, reliability.

서론

서비스 품질은 고객들이 서비스 기업으로부터 무엇을 어떻게 제공받는데 대한 기대와 인지된 서비스의 결과이다. Oliver¹⁾의 연구에 따르면, 일반적으로 소비자들은 구매 이전에 제품 성과에 대한 기대를 형성하고, 제품 구매 및 사용을 통하여 경험한 실제 제품 성과를 자신의 기대 수준과 비교하게 되며, 고객 만족·불만족은 고객 기대 수준 형성 및 제품이나 서비스 성과의 지각과 평가라는 두 요인간의 비교로 형

성된다.

항공 이용 고객은 문화적 배경을 달리하는 다수의 고객으로 구성되어 있으며, 항공 여행 목적이나 동기, 특성에 따라 다양한 요구사항이 형성되므로 이들에 의한 만족이나 평가도 상이해진다²⁾. Ostrowski, O'Brien, Gordan³⁾은 항공사의 서비스 품질 요인으로 약속된 서비스 제공, 신속한 탑승 수속, 좌석의 편안함, 기내식의 맛과 질, 수화물 배달의 정확성, 항공기의 상태, 항공기 인테리어의 매력성 등 총 16가지의 구성요인을 제시하였고, Zins⁴⁾는 항공사를 대상으로 한 연구에서 항공사

† Corresponding author: Seung-Hee Baek, Dept. of Food & Nutrition, Shingu College, 2685 Geumgwang-2 Dong, Jungwon-Gu, Seongnam-Si, Gyeonggi-Do 462-743, Korea. Tel: +82-31-740-1571, Fax: +82-31-740-1547, E-mail: moscow@shingu.ac.kr

서비스 품질 구성요인으로 편안함, 서비스, 식음료를 제시하였다. 편안함 요인을 좌석의 다리를 두는 공간, 좌석의 넓이로 세분화하였고, 서비스 요인을 친절성, 탑승 서비스, 일반적인 식음료 서비스, 비디오 프로그램, 정시성으로 세분화하였으며, 식음료 요인은 질, 다양성으로 세분화하였다.

조동진 등⁵⁾은 항공사 서비스 품질 측정에 있어 Behara, Chase⁶⁾ 연구와 Fitzsimmons, Fitzsimmons⁷⁾의 연구에 근거한 SERVQUAL과 QFD의 통합모형을 개발하였다. 이들은 항공사 서비스 품질을 고객의 요구사항과 서비스 전달 과정에 대한 고객의 평가를 동시에 표현하고 측정하였다. 이들의 연구결과에 의하면 응답자의 충성도에 영향을 주는 서비스 차원별 상대적 중요도에 관하여는 공감성이 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 실제에 있어서는 신뢰성과 공감성의 품질이 다른 차원에서의 서비스 품질에 비하여 좋지 않은 것으로 나타났다.

항공 여행 중 고객과의 접점 시간이 가장 길면서 다른 항공사와의 차별화된 서비스를 제공할 수 있는 것으로 예약이나 발권, 운송 서비스보다는 기내 서비스를 들 수 있다⁸⁾. 그 중에서도 항공 기내식 서비스는 항공운송사업의 대 고객 서비스 중 가장 많은 시간을 요하므로 승객의 항공 서비스 평가 시 차지하는 비중이 크다고 할 수 있다⁹⁾. 따라서 항공 기내식 서비스는 시간과 공간상의 제약 속에서 고객 서비스 만족도를 극대화하기 위해 메뉴의 선정, 효율적이고 세련된 기내식 서비스 매너, 알맞은 보조용품 조달과 관리에 이르기까지 세심한 주의를 필요로 한다. 기내식은 전체적인 항공 경험에 있어 타 항공사와 차별화된 서비스 품질을 제공하고 있다는 것을 느끼게 해주는 결정적인 요소로 작용할 수 있다^{10,11)}.

그 동안 고객 만족을 위한 항공사 서비스 품질 연구는 많이 이루어졌으나^{12~14)}, 항공사 서비스 품질 향상을 위한 기내식의 품질에 관한 연구는 제한적으로 수행되어져 왔다. 기내식만의 서비스 품질을 대상으로 한 연구는 최근 들어 일부 수행되어졌는데, Back¹⁵⁾은 최근 2주 이내에 국제선을 이용한 경험이 있는 고객을 대상으로 하여 국내 항공사와 국제 항공사 기내식의 서비스 품질을 비교 평가하는 연구를 수행하였고, 또 다른 연구¹⁶⁾에서는 기내식의 서비스 품질이 기내식 만족도 및 항공사 만족도와 재이용 의도에 미치는 영향을 분석해 보았다. 또한, 항공사 기내식 서비스 속성의 중요도와 만족도에 관한 비교 연구¹⁷⁾와 항공사 기내식 서비스 품질의 결과 변수에 관한 연구도 수행되어졌다¹⁸⁾.

본 연구는 기내식 서비스 품질에 대한 기대도 및 인지도를 항공기 이용 고객들을 대상으로 비교, 분석한 것으로 본 연구의 결과는 실제 항공기 이용 고객의 지각에 바탕을 두고 있기에 기내식의 서비스 품질에 대한 기대도와 만족도를 측정할 실증적인 자료를 제공할 수 있을 뿐만 아니라 향후 항공사 기내식 서비스 품질 향상에 기여할 것으로 사료된다.

연구방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 한국의 국적 항공사 2개와 외국 항공사 4개의 국제선 항공기 내 탑승객을 대상으로 하였다. 기내식 제공 후 기내에서 직접 설문지를 배부하고 회수하였으며, 일부 조사는 기내식을 제공받은 후 가장 최단시간 내에 설문지를 작성할 수 있는 장소인 환승 라운지에서 이루어졌다. 설문지에 대한 예비조사는 2005년 10월 13일부터 15일까지 승객 36명을 대상으로 실시하여 문항의 타당도 및 신뢰도를 일차적으로 검증하였으며, 본 조사는 2005년 10월 21일부터 2005년 10월 30일까지 실시하였다. 배포된 450부 설문지 중 국내 항공 이용객으로부터 224부, 외국 항공 이용객으로부터 132부를 회수하였으며, 이 중 응답 내용이 부실한 37부를 제외한 319부(회수율 89.6%)가 최종적으로 분석에 사용되었다.

2. 조사 내용 및 분석 방법

본 연구에서의 설문지는 기내식의 서비스 품질을 측정하기 위하여 선행 연구^{19~20)}를 기초로 자료 조사와 항공업계 전문가와의 심층면접을 통해 개발하고 항공 기내식의 특수성을 고려하여 문항을 구성하였다. SERVQUAL 문항 중 서비스 환경에 관련된 문항은 항공기 설비와 관련된 것으로 기내식 자체에 영향을 미치는 요소가 아니기에 설문문항에서 제외시켰으며 탑승 중 제공된 기내식 외 기내 서비스와의 혼동을 최소화하기 위해 종사원 서비스에 관련된 설문문항의 끝에는 '기내식 서비스에 관해' 또는 '기내식과 관련하여'와 같은 문구를 추가하였다. 기내식 서비스 품질을 평가하기 위한 문항은 기대도와 인지도 각 20개 문항으로 구성되었으며, 응답자의 일반사항에 대해서는 성별, 나이, 국적, 최종 학력, 직업, 가구 전체의 한달 수입, 좌석 등급에 관한 문항으로 구성하여 명목척도를 이용하여 응답하도록 하였다. 설문지는 국문 설문지와 외국인 탑승객을 위한 영문 설문지로 이원화하였다. 통계분석은 SPSS Ver 10.0 프로그램을 활용하여 분석하였고, 기내식 서비스 품질 평가에 관련된 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하고, Cronbach's α 를 이용한 신뢰성 검정을 하였다. 기내식 서비스 품질에 대한 고객의 기대와 인지된 품질 간에 차이가 있는지는 대응표본 t -test를 실시하여 검증하였고, 이용 고객 유형에 따라 인지된 서비스 품질에 차이가 있는지는 독립표본 t -test와 일원배치분산분석(one-way ANOVA)으로 검증하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 개인적 특성

Table 1. Descriptive characteristics of the research sample (N=319)

	Variables	Frequency(%)
Gender	Males	145(45.5)
	Females	174(54.5)
Age	≤30	89(27.9)
	31~36	87(27.3)
	36~40	53(16.6)
	≥41	90(28.2)
Nationality	Korea	218(68.3)
	S.E.Asia	5(1.6)
	China	10(3.1)
	Americas	56(17.6)
	Europe	14(4.4)
	Other	16(5.0)
Education	High school	19(6.0)
	Junior college	68(21.3)
	University	184(57.7)
	Graduate school	48(15.0)
Occupation	Professional	112(35.1)
	Proprietor	15(4.7)
	White collar	114(35.7)
	Blue collar	23(7.2)
	Students	4(1.3)
	Homemaker	18(5.6)
	Retired	10(3.1)
	Other	23(7.2)

연구대상자의 인구통계학적 특성은 Table 1에 제시되어 있는데, 성별에서는 여자가 54.5%로 남자보다 조금 높았고, 연령에서는 41세 이상이 28.2%로 가장 많았다. 국적에서는 한국이 68.3%로 가장 많았고, 아메리카 17.6%, 유럽 4.4%, 중국 3.1% 등의 순으로 나타났으며, 최종 학력에서는 4년제 대학 졸업이 57.7%로 가장 많았다. 직업에서는 사무직(35.7%)과 전문직(35.1%)이 다수를 차지했다.

좌석 등급에서는 일반석이 67.4%로 가장 많았고, 비즈니스석이 30.7%, 일등석이 1.9%로 나타났다.

2. 조사도구의 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서 사용된 기내식 서비스 품질을 측정하기 위한 20개 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시한 결과, 음식 품질, 승무원 서비스, 청결, 신뢰성의 네 개의 요인이 도출되었다(Table 2). 이 네 개의 요인은 기내식 서비스 품질을 69.32% 설명하고 있었으며, 요인별 Cronbach's α 계수는 모두 0.76 이상으로

나타났다. 음식의 외관, 음식의 맛, 신선도, 충분한 양 등은 '음식 품질' 영역, 문제의 신속한 해결, 잘 훈련되고 풍부한 경험, 예의 바른 행동 등은 '승무원 서비스' 영역, 깨끗한 집기류, 청결하고 단정한 옷차림은 '청결' 영역, 적은급식, 신속한 제공, 적절한 제공과 관련된 문항은 '신뢰성' 영역으로 분류되었다. Baek¹⁵⁾의 연구에서는 기내식의 서비스 품질을 평가하는 문항들에 대한 요인분석 결과 음식 품질, 종사원 서비스, 전문성의 세 개 요인으로 분류되어 본 연구와는 약간 상이한 결과를 보여준 바 있다.

3. 기내식 서비스 품질의 기대도와 인지된 성과간의 차이

기내식의 서비스 품질에 대한 고객의 기대와 인지된 성과간에 차이가 있는지를 검증하기 위해 네 개의 요인별로 *t*-test를 실시한 결과, '음식 품질'(t=5.124, p<0.01), '승무원 서비스'(t=2.752, p<0.01), '청결'(t=2.820, p<0.01), '신뢰성'(t=2.791, p<0.01)에서 모두 고객의 기대와 인지된 성과간에는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 3). 즉, 음식의 맛과 질, 승무원의 서비스, 음식 및 식기, 승무원의 옷차림 등이 청결한 정도, 식사 시간, 음식의 온도 등의 신뢰성에서 모두 기대도가 인지된 성과에 비해 높은 것으로 나타나 실제 인지된 기내식 서비스의 수준은 기대 수준에 미치지 못하는 것으로 분석되었다.

4. 인지된 서비스 품질의 차이

국내·외 항공사에 따라 기내식의 서비스 품질에 대한 고객의 인지된 성과에 차이가 있는지를 검증하기 위해 *t*-test를 실시한 결과, '음식 품질'(t=-6.084, p<0.01), '승무원 서비스'(t=-4.916, p<0.01), '청결'(t=-4.839, p<0.01), '신뢰성'(t=-2.645, p<0.01)에서 모두 외국 항공사가 국내 항공사에 비해 높게 평가되었다(Table 4). 항공기 이용 고객의 성별에 따른 차이를 보기 위해 *t*-test를 실시한 결과, '음식 품질'(t=8.165, p<0.01), '승무원 서비스'(t=6.725, p<0.01), '청결'(t=6.398, p<0.01), '신뢰성'(t=5.517, p<0.01)에서 모두 남자가 여자에 비해 서비스 품질을 높게 평가한 것으로 나타났다. 이는 동일한 서비스가 제공되었음에도 남자가 여자에 비해 관대한 평가를 한 것이며, 여성고객은 그만큼 만족에 대한 기준치가 높으므로 세심한 배려가 이루어져야 서비스 품질에 만족할 수 있음을 의미한다. 항공기 이용 고객의 연령과 학력에 따라 서비스 품질에 대한 인지된 성과에 차이가 있는지를 검증하기 위해 일원배치분산분석(one-way ANOVA)을 실시한 결과, '음식 품질'(F=11.370, p<0.01), '승무원 서비스'(F=14.218, p<0.01), '청결'(F=6.760, p<0.01), '신뢰성'(F=6.571, p<0.01)에서 대체적으로 연령이 높을수록 서비스 품질에 대해 인지된 성과가 높은 것으로 분석되었다. '음식 품질'(F=3.424, p<0.05), '승무원 서비

Table 2. Pooled factor analysis of perceived service quality

Factors	Loadings	Eigenvalue	Percentage of variance explained	Cronbach's alpha
Factor 1: Food quality				
Appearance of food	0.758			
Food consistency	0.743			
Variety of menu	0.723			
Sufficient preparation for choice of menu	0.712	5.228	22.142	0.9133
Adequate portion size	0.710			
Freshness of food	0.704			
Taste of food	0.652			
Nutrition	0.641			
High quality ingredients	0.607			
Factor 2: Employee service				
Prompt correction of mistakes	0.735			
Proper handling of special requests on meal service	0.730			
Well-trained and experienced employees	0.725	4.014	20.069	0.8981
Polite and courteous employees	0.723			
Sensitiveness to customer needs for meal service	0.691			
Menu knowledgeable employees	0.629			
Factor 3: Cleanliness				
Cleaned equipment	0.782	2.354	11.769	0.8142
Clean and well-dressed employees	0.742			
Factor 4: Reliability				
Good food temperature	0.712			
Prompt and quick meal service	0.667	2.267	11.336	0.7610
Meal service in a proper time	0.750			

Percentage of total variance explained: 69.32%.

Table 3. Difference of expected and perceived service quality

		Mean±SD	t-value
Food quality	Expected	3.49±0.70	5.124**
	Perceived	3.30±0.71	
Employee service	Expected	3.81±0.79	2.752**
	Perceived	3.73±0.79	
Cleanliness	Expected	4.16±0.76	2.820**
	Perceived	4.06±0.79	
Reliability	Expected	3.72±0.70	2.791**
	Perceived	3.63±0.70	

** $p < 0.01$.

스'($F=3.714$, $p < 0.05$)에서는 학력이 높으면 인지된 서비스 품질도 높은 것으로 나타났고, '청결'($F=3.730$, $p < 0.05$)면에서는 학력에 따른 그룹간의 차이를 보였으나, '신뢰성'에서는 그룹간의 차이를 보이지 않았다. 항공기 이용 고객의 좌석 등급에

따른 차이를 보기 위해 t -test를 실시한 결과, '음식 품질'($t=-4.426$, $p < 0.01$), '승무원 서비스'($t=-5.651$, $p < 0.01$), '청결'($t=-3.969$, $p < 0.01$), '신뢰성'($t=-3.532$, $p < 0.01$)의 모든 영역에서 비즈니스석의 고객이 일반석의 고객에 비해 인지된 성과가 높은 것으로 분석되었다. 일반석 고객이 인지한 서비스 품질은 3.17에서 3.93 사이로 보통이상으로 서비스 품질을 인지하였으나, 비즈니스석 고객은 3.55에서 4.31 사이로 비교적 높게 서비스 품질을 인지한 것으로 나타났다. 이는 일반석 고객의 서비스 품질에 대한 인식을 높이기 위한 노력이 요구됨을 시사하며, 특히 승무원 서비스 품질 인식에 대한 그룹간의 평균차이가 가장 많았기에 서비스교육을 통한 향상이 수반되어야겠다.

요약 및 결론

본 연구는 항공기내식 서비스 품질에 대한 고객의 기대도 및 인지도를 분석해 보고자 하였으며, 이러한 연구의 목적을

Table 4. Mean difference of perceived service quality

(Mean±SD)

		Food quality	Employee service	Cleanliness	Reliability
Nationality of airlines	Korean based airlines	3.13±0.66	3.57±0.75	3.90±0.75	3.55±0.72
	Foreign based airlines	3.63±0.70	4.02±0.77	4.35±0.80	3.77±0.65
	<i>t</i> -value	-6.084**	-4.916**	-4.839**	-2.645**
Gender	Males	3.62±0.72	4.03±0.65	4.35±0.66	3.86±0.64
	Females	3.02±0.57	3.46±0.80	3.81±0.81	3.44±0.70
	<i>t</i> -value	8.165**	6.725**	6.398**	5.517**
Age	≤30	3.02±0.65 ^a	3.37±0.84 ^a	3.93±0.82 ^a	3.38±0.77 ^a
	31~36	3.23±0.62 ^{ab}	3.76±0.71 ^b	3.84±0.71 ^b	3.63±0.65 ^a
	36~40	3.36±0.84 ^b	3.81±0.79 ^b	4.20±0.75 ^b	3.76±0.71 ^b
	≥41	3.62±0.64 ^c	4.10±0.61 ^c	4.31±0.79 ^b	3.81±0.60 ^b
	<i>F</i> -value	11.370**	14.218**	6.760**	6.571**
Education	High school	2.99±0.48 ^a	3.45±0.63 ^a	4.13±0.78 ^{ab}	3.53±0.53
	Junior college	3.15±0.65 ^a	3.74±0.74 ^b	3.78±0.77 ^a	3.50±0.67
	University	3.31±0.69 ^{ab}	3.79±0.78 ^b	4.12±0.77 ^{ab}	3.67±0.69
	Graduate school	3.53±0.84 ^b	3.85±0.84 ^b	4.19±0.85 ^b	3.69±0.81
	<i>F</i> -value	3.424*	3.714*	3.730*	1.111
Class of seats	Economy	3.17±0.7133	3.55±0.7385	3.93±0.7904	3.53±0.7288
	Business	3.55±0.6380	4.07±0.7688	4.31±0.7513	3.83±0.5963
	<i>t</i> -value	-4.426**	-5.651**	-3.969**	-3.532**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.^{a-c}: Values with different superscripts in the same row were significantly different among groups at $p < 0.05$ by Duncan's multiple range test.

달성하기 위한 자료의 수집은 국내외 항공사의 국제선을 이용하는 고객을 대상으로 기내와 환승 라운지에서의 설문조사에 의해 이루어졌다. 기존에 Baek¹⁵⁾에 의해 수행된 기내식 품질 평가에 대한 연구는 기내식 이용 후 2주가 경과하지 않은 고객을 대상으로 하였기에, 기내식 이용 후 조사시점까지 시간이 경과되었다는 제약이 있었으나, 본 연구는 기내에서 직접 조사가 이루어졌기에 기존 연구의 한계를 상당히 극복했다고 볼 수 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 기내식 서비스 품질에 관한 20개의 문항에 대해 요인분석을 실시한 결과, '음식 품질', '승무원 서비스', '청결', '신뢰성'의 네 개 영역이 도출되었고, 이 네 개 영역은 기내식 서비스 품질을 69.31% 설명하고 있는 것으로 분석되었다. 둘째, 기내식의 서비스 품질에 대한 고객의 기대와 인지된 성과 간에 차이를 살펴보면, 모든 영역에서 모두 기대도가 인지된 성과에 비해 높은 것으로 나타나 항공사 이용 고객이 기대하는 수준에 비해 실제 인지된 기내식 서비스의 수준은 낮은 것으로 분석되었다. 셋째, 국내·외 항공사에 따른 기내식 서비스 품질에 대한 고객의 인지된 성과 차이에서는 네 개 영역에서 모두 외국 항공사가 국내 항공사에 비해 높은 것으로 분석되었다. 학력에 따라서도 그룹간의 유의적인 차이를 보였으며, 비즈니스 이

용객이 일반석 이용객에 비해 기내식의 서비스 품질을 높게 평가하였다.

이상의 연구 결과로부터 기내식 서비스 품질의 모든 영역에서 고객의 기대도가 높은 반면, 수행된 서비스 수준은 이를 충족시켜 주지 못해 기내식 서비스를 높이기 위한 서비스 품질 개선이 전반적으로 요구됨을 알 수 있었다. 또한, 국내 항공사의 인지된 서비스 품질이 국외 항공사보다 낮아 자국 항공기라는 이점보다 세계적 항공사와의 품질경쟁에서 낮은 서비스로 인지됨은 그만큼 고객의 높은 욕구에 비례한 품질 개선이 요구됨을 의미한다. 특히 기내식의 경우 음식의 맛과 품질, 양, 메뉴의 다양성에서 인지된 서비스 품질이 항공사 만족으로 직접 연결되므로¹⁶⁾ 음식 맛의 차별화와 더불어 현재의 제한된 메뉴에서 벗어난 다양한 메뉴 개발을 위한 노력이 요구된다고 볼 수 있겠다.

본 연구는 몇 가지 한계점을 지니고 있으므로, 후속 연구를 위하여 다음과 같은 제언을 하고자 한다. 첫째, 본 연구에서의 조사 대상은 국내 항공사 2개 업체와 국외 항공사로 선정하였지만 표본수가 상이하고 충분치 못하여 항공사별 비교분석을 할 수 없는 한계가 있었다. 항공사별 기내식 서비스 품질에 대한 고객 이미지 분석이 이루어진다면 차별화된 마케팅 전략을 제시하는 데에 유용한 자료가 되어질 수 있을 것으로 사

료되어진다. 둘째, 본 연구는 인천국제공항 내 출입 항공기만을 대상으로 연구를 실시하여 연구의 일반화에 한계점이 있다. 이를 위하여 향후 연구에서는 각 국가별 항공기의 균형선정을 통해 본 연구의 결과와 비교·분석할 필요가 있겠다.

참고문헌

1. Oliver, RL and DeSarbo, WS. Response determinants in satisfaction judgements. *J. Consumer Research*. 14:495-507. 1993
2. Cha, SB, Kim, JM and Lee, HJ. Analysis of airline customers' service satisfaction and complain behavior. *Tourism Research*. 16:75-93. 2002
3. Ostrowski, PS, O'Brien, TV and Gordan, GL. Determinants of service quality in the commercial airline industry: Differences between business and leisure travelers. *J. Travel Research*. 32:19-47. 1994
4. Zins, HA. Antecedents of satisfaction and customer loyalty in the commercial airline industry. *Preceedings Annual Conference European Marketing Academy*. 3:332-341. 1998
5. Cho, DJ, Lim, HS and Lee, KH. SERVQUAL and QFD combination model for airline service quality measurement. *J. Kor. Prod. Oper. Manage. Soc.* 12:63-83. 2001
6. Behara, RS and Chase, RB. Service Quality Deployment : Quality Service by Design, Perspectives in Operations Management : Essays in Honor of Elwood S. Buffa, Rakesh, K. Sarin ed., pp.105-128. Boston: Kluwer Academic Publishers. 1993
7. Fizsimmons, JA and Fizsimmons, MJ. Service Management, 3rd ed., pp.89-125. New York, McGraw Hill. 1993
8. Lee, MY. The influence of in-flight service on airline selection. MS. Thesis. Danguk University, Seoul. 2005
9. Lee, HJ. Analysis of customer satisfaction and dissatisfaction behavior by airline service quality measurement. MS. Thesis. Kyeonghee Uni., Seoul 2001
10. King, T. Inflight catering. *Tourism Hospitality Research*. 3: 181-184. 2001
11. Mills, J and Clay, JM. Consumer Attitude toward adding Quick-service Foods to I-flight meals. *J. Restaurant & Foodservice Marketing*. 4:99-112. 2001
12. Song, SI and Cho JE. The effect of perceived service quality of airline on customer satisfaction and repurchase behavior. *Tourism Research*. 19:235-256. 2004
13. Kim, KS and Cho JE. The relationship between importance-performance of airline service quality and satisfaction. *Tourism Research*. 19:35-61. 2004
14. Cheong, MS. The study on airline in-flight service improvement that influence customer satisfaction. Proceedings of 2005 Fall Conference, pp.323-335. Aviation Management Society of Korea, Seoul, Korea. 2005
15. Baek, SH. Service quality measurement of in-flight meal service: A comparison between Korean and foreign-based airlines. *J. Com. Nutr.* 8:153-159. 2006
16. Baek, SH. The effect of in-flight meal service quality on airline satisfaction and repeat patronage. *J. Foodservice Management Society Korea* 11:263-280. 2008
17. Parasuraman, A, Zeithaml, VA and Berry, L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal Retailing*. 64:12-40. 1988
18. Stevens, P, Knuston, B and Patton, M. DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 36:56-60. 1995
19. Lee, YL and Hing, N. Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *International J. Hospitality Management*. 14:293-310. 1995

(2009년 1월 24일 접수; 2009년 2월 12일 채택)