

대학 교육서비스품질에 따른 교육만족도가 학교전환의도에 미치는 영향

- 미용학과를 중심으로 -

전홍신 · 방효진* · 고경숙^{+**}

원광대학교 뷰티디자인학과 박사과정 · 가톨릭관동대학교 뷰티디자인학과 교수*
원광대학교 뷰티디자인학부 교수^{+**}

The Effects of Educational Satisfaction on School Conversion Intention according to the Quality of University Education Sservice

- Focusing on Beauty Department -

Hong-Shin Jeon · Hyo-Jin Bang* · Kyoung-Sook Ko^{+**}

Doctorate Course, Dept. of Beauty Design Graduate School, Wonkwang University

Prof., Dept. of Beauty Design Catholic Kwandong University*

Prof., Dept. of Beauty Design Wonkwang University^{+**}

(2016. 12. 20 접수; 2017. 1. 10 수정; 2017. 1. 13 채택)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of educational satisfaction on the school conversion intention according to the quality of university education service. To survey the perception of students majoring in Department of Beauty on both colleges and universities of beauty education, we distributed 600 questionnaires and utilized them as final analysis data except for 60 unreturned or defective papers. As a result of t-test and one-way ANOVA, there were differences among university education service quality, education satisfaction and school transfer intention. In addition, the effect of the quality of education service on the education service, the effect of the quality of education service on the school conversion intention, and the quality of the university education service influenced the school conversion intention. The results of this study suggest that, for the development of the beauty education, priority should be given to the facilities and equipments related to the beauty education as well as the importance of leadership and professional teachers and instructors.

Key Words: The quality of college education service(대학 교육서비스품질), Training Services(교육서비스), Physical facilities(물리적 편의시설), The educational satisfaction(교육만족도), The college transfer intention(학교전환의도)

I. 서론

현 시대는 세계화의 도래와 함께 국가 간의 경계는 물론 사회·산업·문화·교육영역에 이르기까지 분야별 경계도 점차 허물어지고 있다. 이러한 환경변화 속에서 대부분의 국가들은 국가경쟁력 제고를 위해 지식을 기반으로 하는 새로운 삶의 패턴을 추구하고 아울러 이를 기반으로 또 다른 변화를 유도하기 위해 교육혁신에 깊은 관심을 보이고 있다.

현재 우리나라 대학의 학령인구 감소와 교육시장의 개방, 취업난의 심화 및 청년실업이 증가되고 있다. 2014년부터 시행된 교육부의 대학평가제도 개선을 통한 대학정원감축과 최하위그룹의 퇴출 등으로 대학은 유래 없는 위기 상황에 직면하고 있으며, 교육서비스 개선을 통하여 경쟁력을 강화시켜야만 경쟁우위를 지킬 수 있다(최희선, 정승환, 2014).

대학 교육서비스란 교육 소비자인 학생에게 교육 목적 성취와 연관된 유·무형의 서비스를 대학이 제공하여 학생에게 물리적·정신적 만족을 충족시켜주는 모든 활동이라 하였다(장유정, 2003). 따라서 영리기업 못지않게 비영리기관 중 대학의 마케팅 중요성이 나날이 증대하고 있고, 학생의 중요성이 커지는 상황에서 아직도 비영리기관의 학생 불평처리에 대한 인식의 중요성이 상대적으로 낮고 시스템 구축 또한 미비하여 이에 대한 많은 연구가 필요로 하는 상황이다.

교육을 서비스로 분류하는 것에 대해 찬반의견이 엇갈리고 있지만, 우리나라 표준산업 분류에서 교육은 서비스로 분류하고 있다(통계청, 2016). 교육서비스품질 특성도 서비스의 일반적 특징과 유사하다. 서비스의 일반적 특성을 놓고 볼 때 저장성이 불가능하고 일정한 형태로 보존할 수 없으며 서비스 제공 시 공급자와 고객이 동시에 존재하여야 하고 분리되어질 수 없다(Parasuraman et al. 1985). 또한 동일한 서비스를 다른 시공간에서 동일하게 재현할 수 없으며, 서비스 제공자의 특성에 따라 이질적으로 나타난다는 점에서 서비스의 일반적 특성에 합치된다(Solomon & Judd., 1998).

서비스가 가지는 특성으로 인하여 서비스 전달과정에서 100% 완벽한 무결점 서비스를 유지

하기란 매우 어렵고(Bitner et al. 1990), 서비스가 만족스럽게 회복된 고객들은 서비스실패를 경험하지 않은 고객들보다도 그 기업에 대한 충성도가 증대 되는 반전효과가 나타나고 있음을 보여주고 있다(전홍신, 김윤, 2016). 또한 서비스 전달과정에서 완벽한 서비스로 고객만족도를 이끌어 내는 것이 쉽지 않으며, 서비스 제공자가 최상의 서비스를 제공하더라도 고객의 기대에 미치지 못한다면 고객 불평 상황이 발생할 가능성 또한 크다(김윤, 2015). 이는 교육서비스 또한 일반적인 서비스 특징과 유사하다.

학생들이 학교에 대하여 교육만족도가 높으면 학교에 대한 애착심을 가지게 될 것이고 불만족하게 되면 휴학, 자퇴 또는 편입 등으로 학교를 떠나게 될 것이다(Oliver, Richard, 1999). 따라서 학생들의 불만족과 불평행동을 야기하는 문제점을 적극 예방하고 불만족과 불평이 발생했을 때는 신속히 문제점을 해결하고 개선해야 한다.

학생을 학교의 고객으로 인식하는 관점에서 최명철(2003)은 학생만족이란 교육에 참가하는 학생들이 교육서비스를 통하여 얻은 욕구의 충족정도라고 정의하였다. 최규환(2005)은 교육서비스에 대한 전반적인 평가 및 정서적 반응이라 정의하였다. 양태식(2004)은 우리나라 대부분의 학교에서 학사관리나 교육시설을 포함한 각종 편의 시설들이 학생만족을 하면서 학교생활하기에는 부족하다고 지적하면서, 본질적으로 학교의 고객인 학생은 합리적인 대학행정과 양질의 교육서비스가 제공되길 기대하고 있기 때문에 이러한 욕구를 충족시키고 치열한 경쟁을 극복하기 위해 고객중심의 운영전략을 적극적으로 도입하여 활용하여야 한다고 하였다. 국내의 미용교육생은 증가하고 있지만 미용대학 교육서비스품질에 대한 연구는 미비한 실정이다.

이에 본 연구에서는 미용관련학과에 입학하여 수업을 이수하는 학생들을 대상으로 교육서비스 품질에 따른 학생들의 교육만족도와 학교전환의도를 파악하여 대학생들에게 적절한 미용교육을 제공받을 수 있는 기회를 제공하고 미용교육의 개선방향을 제시하고자 한다. 또한 미용관련 교육기관에서 학생들이 만족할 수 있는 교육환경을 조성하여 학생을 확보하기 위한 유용한 정보로 활용되어지기를 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 대학 교육서비스품질

국내에서 교육을 서비스 관점에서 인식하기 시작한 것은 얼마 되지 않았으나 해외에서는 1980년대부터 이미 교육을 서비스 산업의 일부로 인식하여 오랫동안 많은 연구를 진행해 왔다(장대성 외, 2010). 서비스 관점에서의 교육산업은 국내에서도 많은 연구자들이 다양한 정의를 내리고 있다. 교육서비스에 대한 다양한 정의의 본질적인 내용은 많은 부분이 일치하고 있다. 교육서비스는 공급자인 학교 측이 수요자인 학생에게 교육목적 달성을 위해 관련된 유·무형의 서비스를 제공하여 소비자로서 하여금 물질적, 정신적 만족을 실현시켜 주도록 하는 일체의 활동이라는 의미와 교육서비스를 교육목적 달성을 위해 대학 및 학생과 관련하는 유·무형의 서비스라는 의미 등으로 요약할 수 있다(최덕철, 이경오, 2000; 최규환, 2005).

교육서비스품질이란 교육기관이 다른 교육기관과 차별화를 위해 상업적, 인간적으로 학생들의 기대와 요구에 부응하기 위한 요소라고 하였다(Mai, Li, 2005). 이미 몇몇 선행연구들에서는 이러한 사실에 주목하고 체계적으로 교육서비스 품질을 분류하고 학생의 교육만족도를 증가시키려는 방안을 제시하고 있다(Abdullah, 2006).

교육서비스품질은 상호작용하는 인적 서비스이며, 학생과의 많은 접촉을 요구하는 순수 전문 서비스이며, 사람중심의 무형적 행동이고, 고객과 보다 밀접한 관계를 유지하여 교육만족도를 높이는 지속적인 거래관계라고 하였다(Lovelock, 1991).

차수련·채연수(1999)는 교육서비스품질이 학생을 만족시키기 위해 학교와 교육원 등의 교육서비스 제공자가 학생과의 상호작용을 통하여 학생들에게 제공하는 활동이며, 교육공급자와 수요자 관점에서 교육서비스는 교육행정기관, 학교 및 교직원 등 교육공급자가 학생, 학부모, 기업 등 교육수요자를 만족시키기 위하여 이들에게 제공하는 모든 활동이라고 정의하였다. 따라서 교육서비스품질은 교육의 목적을 달성하기 위해 교육공급자인 교육기관이 수요자인 학생들

의 기대와 욕구를 충족시켜주는 모든 시설 및 활동이라고 말할 수 있다.

2. 교육만족도

교육서비스의 대상은 수요자인 학생이다. 고객만족은 최근 들어 제품의 우위와 더불어 서비스품질이 동반되어야 하는 연구결과가 나오고 있으며, 이는 고객만족을 결정하고 평가하는데 중요한 요인으로 작용되고 있다(이상은, 고경숙, 2013).

교육서비스에 대한 교육만족도는 학생들의 인지된 교육서비스품질과 기대수준의 충족에 대하여 복합적인 사고로 나타나는 결과이다. 일반적으로 인지된 교육서비스품질은 교육만족도에 선행하는 요인이기 때문에 일반적으로 서비스산업에서 교육서비스품질은 고객과의 관계를 구축하고 유지시키는 매우 중요한 사전 조건이다(Hasan et al, 2009).

기업에서는 오래전부터 소비자에 대한 만족도를 제고할 수 있는 방안을 지속적으로 연구하고 있으며, 기업의 총체적 질 관리의 핵심도 소비자의 만족도를 높이는데 두고 있다고 하였다(Oliver, 1999). 이러한 기업에서의 소비자 만족도 분석에 비해 학교에서의 교육만족도는 매우 미미하게 다루어져 왔다. 그 이유는 주로 기업에서 다루는 것은 서비스의 결과물이나 상품 등 분명한 것이지만 학교 교육은 인간을 대상으로 하기 때문에 그 결과의 장기성 및 비가시성으로 인하여 객관적인 결과의 측정이 어렵기 때문이다. 또한 몇 년 전만해도 한국의 대학은 대학입학정원 수요보다 공급이 훨씬 많았기 때문에 변화에 대한 아무런 노력 없이도 호황을 누릴 수 있었던 것이다. 그러나 1990년대 중반부터 급속하게 증가된 대학설립과 출생률 감소로 인한 교육인구의 감소는 그 동안 대학이 가졌던 일방적 지위를 점차 상실하게 하였다(한은숙, 김중두, 2003).

Bramlet(1996)의 연구에 의하면 고객만족교육의 긍정적인 효과를 위하여 실제 직무와 관련된 환경에서 교육하는 것이 바람직하며, 직무와 고객만족교육 간의 공통요인이 많을수록 고객만족교육 후의 업무 성과가 향상한다고 하였다. 정재삼과 한영진(2004)은 고객만족교육 프로그램의

내용이 직무관련성이 높을수록 교육만족 참여자의 교육 전이 정도가 높음을 알 수 있었다. 그러므로 교육 내용과 업무 관련성은 고객만족교육의 성공을 결정하는 중요한 요인이다. 배인정(2015)은 고객만족교육의 정의를 직원의 자질을 개발하고 업무에 대한 적응을 높임으로써 보다 나은 업무수행능력을 갖출 수 있게 조직적으로 지원하는 것이라 하였다. 고객만족교육의 목표를 차별화되고 전문적인 고객만족교육 내용 요소는 인적자원을 통한 서비스의 전달을 하기에 일반교육과 다른 특성을 지니고 고객만족교육 내용은 서비스 교육훈련을 실시하는 가에 대한 목표를 구체적으로 제시하고 목표에 부합하는 고객만족교육으로 구성되어야 할 것이다(배인정, 2015).

3. 학교전환의도

전환의도는 고객유지, 재구매 의도와 반대되는 개념으로 서비스 사용자가 하나의 서비스에서 다른 서비스로 전환하려는 의도를 의미한다(Jones et al, 2002). 또한 전환의도는 고객의 서비스 전환으로 인한 단골고객의 감소를 의미하며, 상품 전환행동에 있어서 고객들은 구매한 상품에 대한 불만족 때문에 전환의도를 보이는 것이 아니라 새로운 변화에 대한 욕구나 새로운 것에 대한 욕구 추구 때문에 상품 전환을 한다(Keaveney, 1995a; Lattin, McAlister 1985). 대학생들의 학업 중단이나 학교 이동에 영향을 주는 요인은 여러 가지 관점에 따라서 제시되어 왔다. 관련 연구들은 조금씩 용어나 개념을 다르게 쓰고 있기는 하지만, 대체로 개인적 요인, 사회구조적 요인, 경제적 요인, 조직적 요인, 문화적 요인 등으로 구분하고 있다(김성식, 2008).

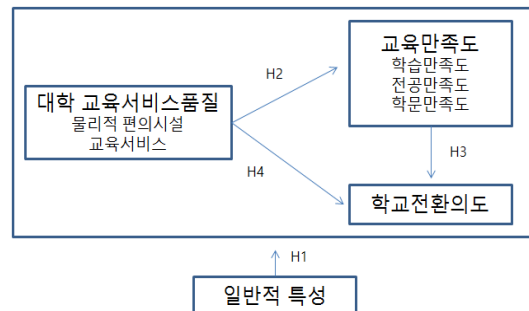
제품이나 서비스를 구매하고 만족한 경우에는 다시 재구매를 하거나 호의적인 태도를 갖으며 충성도를 보이는 것이 일반적이다(Chandrashekar et al, 2007). 반면에 구매 불만족이나 서비스 실패가 발생하는 경우 상표전환이 일어나는 것이 일반적이다. 그러나 소비자가 만족한 경우에도 상표전환을 하거나 재구매를 하지 않는 경우도 있다. 소비자는 현재 만족하지만 인지적 부조화를 경험하고 이를 해소하지 못한 경우, 즉 다른 선

택대안이 보다 매력적이거나 다른 대안으로 전환하는데 비용이 별로 들지 않을 경우 전환의도를 갖거나 전환행동을 하기도 한다(Keaveney, 1995b). 전환의도와 관련된 선행연구에서 고찰된 영향요인 관점에서 보면 학생 고객의 대학서비스에 대한 불만족, 대안으로서 타 대학의 매력 및 촉진 등의 유인책, 타 대학으로 전환할 때 발생할 수 있는 비용이나 노력, 학생들의 대학 조직에 대한 태도 및 개인의 주관적 규범, 친구나 가족 등의 집단, 개인 특성 등의 영향이 미칠 것으로 예상된다(Kang, 2003; Keaveney, Parthasarathy, 2001). 전환의도를 대학의 교육서비스 관점에서 적용해 보면 타 대학으로의 편입 또는 전과의를 의미하며, 전환행동은 타 대학으로의 편입이나 자퇴를 의미한다. 이러한 전환의도는 관계마케팅 관점에서 볼 때 고객관계 자산의 손실을 가져오며, 대학재정에 영향을 미치고 나아가 대학의 이미지등 대외적인 성과에도 부정적인 영향을 미칠 수 있다는데 그 중요성이 있다(황병일, 김범중, 2015)

Ⅲ. 연구내용 및 방법

1. 연구 문제

본 연구는 일반적 특성에 따른 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도에 따른 차이와 대학 교육서비스품질과 교육만족도 및 학생전환의도에 미치는 영향을 다음과 같이 연구모형과 가설을 설정하였다. 연구의 모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

- 가설 1. 일반적 특성(성별, 학력, 전공)에 따른 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도에 차이가 있을 것이다.
- 가설 2. 대학 교육서비스품질이 교육만족도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 교육만족도는 학교전환의도에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 대학 교육서비스품질이 학교전환의도에 영향을 미칠 것이다.

2. 연구대상 및 자료분석

본 연구는 강원 원주·강릉지역, 서울지역, 충북 청주지역, 경북 김천·대구지역 전문대 및 4년제 대학에 재학 중인 대학생을 대상으로 설문 조사를 하였다. 본 조사는 600부의 설문지를 배포하였고, 그 중 미 회수된 설문지와 응답내용이 미흡한 설문지를 제외한 540부를 최종 분석자료로 사용하였다. 연구대상에 대한 기본적인 자료 분석을 위해 SPSS V.18 프로그램을 사용하였다. 연구의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach' α 검증을 실시하여 신뢰도가 확인된 연구변인 간에 방향성과 관계성을 파악하고자 상관분석을 실시하였다. 일반적 특성에 따른 평균적 차이를 보기 위하여 t-test와 one-way ANOVA를 실시하였다. 또한 교육서비스품질이 교육만족도 및 전환의도에 미치는 영향을 파악하고자 다중회귀분석을 실시하였다.

3. 측정 도구

본 연구에서는 대학 교육서비스품질은 최희선(2014), 조봉섭(2012)의 선행연구를 토대로 대학 교육서비스품질 유형을 2개의 유형으로 물리적 편의시설과 교육서비스로 구성하였으며, 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 총 15문항을 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다.

교육만족도는 Braskamp et al.(1979)가 개발한 전공학과만족도 조사지를 참고하였으며, 본 연구에서는 대학생들의 교육만족도를 측정하기 위해 3개의 유형으로 학습, 전공, 학문만족도로 구성하였고, 총 15문항 5점 리커트 척도로 구성되

어 있다(장대운 등, 1986).

학교전환의도는 허선희(2014)의 선행연구를 근거로 측정항목으로 선택하여 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 5문항을 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 연구대상자의 일반적 특성

연구대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다. 먼저 성별을 보면 남성 11.1%, 여성 88.9%로 여성이 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 학력은 2년제 51.1%, 4년제 48.9%로 2년제의 순으로 빈도가 높았으며, 전공은 헤어 44.4%, 메이크업 27.4%, 피부 21.3%, 네일아트 6.9% 순으로 헤어 전공이 가장 높게 나타났다. 전공 선택 이유는 적성에 맞아서 60.6%, 기타 15.1%, 기술을 배우고 싶어서 14.1%, 부모님 권유 10.4%의 순으로 적성에 맞아서가 가장 높게 나타났다. 졸업 후 선호 직업으로는 디자이너 40%, 샵 운영자 37.4%, 대학교수 9.4%, 교육강사 6.7%, 미용학원 및 고등학교 선생님 6.0%의 순으로 디자이너가 가장 높게 나타났다. 교육 시 가장 중요하게 다루어져야 할 부분으로는 실기테크닉 44.3%, 서비스 및 인성 24.8%, 현장 적응능력 13.9%, 전문 지식 9.8%, 기타 7.2% 순으로 실기테크닉이 가장 높게 나타났다.

2. 연구도구의 요인분석 및 신뢰도 분석

1) 대학 교육서비스품질 요인분석 및 신뢰도 분석

다음 <표 2>는 대학 교육서비스품질에 대한 하위차원을 밝히기 위해 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=4372.662(p<.001)$ 이므로 변수들 사이에 요인을 구성할 만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본 적합도 점검결과 KMO 값이 0.931로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인 분석을 실시하였다. 그 결과 총 2개의 요인으로

〈표 1〉 일반적특성

구분	내용	빈도(N)	비율(%)
성별	남성	60	11.1
	여성	480	88.9
연령	19~20세	22	4.1
	21~30세	518	95.9
학력	2년제	276	51.1
	4년제	264	48.9
전공	헤어	240	44.4
	메이크업	148	27.4
	피부	115	21.3
	네일아트	37	6.9
전공 선택 이유	적성에 맞아	327	60.6
	부모님권유	56	10.4
	기술을 배우고 싶어	76	14.1
	기타	81	15.1
졸업 후 선호직업	디자이너	216	40.0
	숍 운영자	202	37.4
	미용학원 및 고등학교선생님	36	6.0
	대학교수	51	9.4
	교육강사	36	6.7
교육 시 가장 중요하게 다루어져야 할 부분	실기테크닉	239	44.3
	전문지식	53	9.8
	서비스 및 인성	134	24.8
	현장 적응능력	75	13.9
	기타	39	7.2
합계		540	100

도출되었다. 요인 1(30.179%)은 교육에 대한 환경을 의미하는 ‘물리적 편의시설’로 명명하였고, 요인 2(29.764%)는 교육에 대한 서비스를 의미하는 ‘교육서비스’로 명명하였다. 2개의 요인 적재값이 ± 0.40 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도(Cronbach' α)는 모두 .80 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

2) 교육만족도 요인분석 및 신뢰도 분석

다음 〈표 3〉는 교육만족도에 대한 하위차원을 밝히기 위해 Varimax 회전법을 사용하여 주성분 요인분석을 실시한 결과이다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=6122.800(p<.001)$ 이므로 변수들 사이에 요인을 구성할 만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이

0.961로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 3개의 요인으로 도출되었다. 요인 1(26.312%)은 학습내용의 지적 수준에 대한 만족도를 의미하는 ‘학습만족도’로 명명하였고, 요인 2(23.610%)는 전공에 대한 만족도를 의미하는 ‘전공만족도’로 명명하였으며, 요인 3(21.620%)는 학문에 대한 만족도를 의미하는 ‘학문만족도’로 명명하였다. 3개의 요인 적재값이 ± 0.40 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도(Cronbach' α)는 모두 .80 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

3) 학교전환의도 요인분석 및 신뢰도 분석

다음 〈표 4〉는 학교전환의도에 대한 하위차원

〈표 2〉 대학 교육서비스품질의 요인분석 및 신뢰도분석

요인	항목	요인	
		1	2
물리적 편의시설 (1요인)	12. 우리대학의 학생휴식 공간(휴게실, 야외벤치)과 야외 체육시설(농구장, 테니스장, 족구장등)의 시설이 부족하다.	.830	.053
	11. 우리대학의 소극장, 콘서트홀 등의 문화공연장의 시설이 부족하다.	.789	.099
	13. 우리대학의 도서관은 최신정보를 제공 할 수 있는 시설을 갖추지 못하고 이용이 불편하다.	.733	.281
	14. 우리대학의 강의실은 기기 및 시설이 잘 마련되어 있지 않고 사용이 어렵다(멀티미디어 시설 등).	.725	.338
	9. 우리대학의 (매점, 자판기, 복사실, 식당 등) 편의시설은 다양하게 잘 마련되어 있지 않고 이용이 불편하다.	.714	.258
	10. 우리대학의 동아리방 및 학생회실 환경이 전반적으로 불량하다.	.678	.304
	15. 우리대학은 강의실 수업, 사이버 수업 등 학점취득 방법이 다양하지 않다.	.657	.424
	8. 우리대학은 각종시설 및 장비 사용이나 대여가 편리하지 않다.	.534	.443
교육 서비스 (2요인)	3. 우리대학의 학과 수업은 취업이나 진학에 도움이 되지 않는다.	.180	.819
	2. 우리 대학은 시대에 맞는 과목 편성이 이루어지지 않는다.	.174	.785
	1. 우리대학이 전문지식을 배울 수 있는 기회를 제공하지 않는다.	.129	.744
	4. 우리대학은 수강신청 시 불편 없도록 적절히 안내되지 않는다.	.234	.742
	5. 우리대학은 공지된 학사 일정에 맞게 교육이 진행되지 않는다.	.247	.730
	7. 우리 대학의 성적평가에 만족하지 않는다.	.394	.658
	6. 우리 대학의 수강과목 선택이 제한되어서 신청이 어렵다.	.324	.606
고유값		4.527	4.465
분산설명(%)		30.179	29.764
누적설명(%)		30.179	59.944
신뢰도(Cronbach' α)		.882	.896

KMO=0.931, Bartlett's test결과 $X^2=4372.662$ (df=105, Sig.=0.000)

을 밝히기 위해 Varimax 회전법을 사용하여 주 성분 요인분석을 실시한 결과 1문항이 설명력과 신뢰도를 저해시키는 것으로 나타났기 때문에 이 문항을 제외한 나머지 4문항을 재분석하였다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=13272.213$ ($p<.001$)이므로 변수들 사이에 요인을 구성할 만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.957로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 1개의 요인으로 도출되었다. 요인 1(19.093%)은 학교의 자퇴 및 휴학 등을 의미하는 '학교전환의도'로 명명하였다. 1개의 요인 적재값이 ± 0.40 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으

며, 신뢰도(Cronbach' α)는 .80 이상으로 나타나 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

〈표 5〉는 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도의 각각 요인에 관련성을 분석하기 위해 상관관계분석을 실시한 결과이다. 전체적으로 요인들 간 통계적으로 유의한 정적(+)상관관계가 있는 것으로 파악되었다. 따라서 본 연구의 기준타당성은 충족된 것으로 볼 수 있다.

3. 일반적 특성(성별, 학력, 전공)에 따른 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환 의도에 평균적 차이

〈표 6〉은 일반적 특성의 성별, 학력, 전공에 따른 교육서비스, 물리적 편의시설, 학습만족도,

전공만족도, 학문만족도, 학교전환의도의 차이를 알아보기 위해 t-test 및 one-way ANOVA 비교한 결과이다.

성별에 따른 교육서비스, 물리적 편의시설, 학습만족도, 전공만족도, 학문만족도, 학교전환의도는 차이가 없는 것으로 나타났다. 이를 세부적으로 살펴보면 학문만족도, 학습만족도, 전공만족도, 교육서비스, 학교전환의도, 물리적 편의시설의 순으로 나타났다. 이는 결과적으로 여성(3.62±.721)보다 남성(3.86±.649)의 학문만족도가 더 높음을 알 수 있었으며, 과거에 비해 남성이 미용에 대한 관심이 여성보다 높다는 것을 의미하며, 미용이 더 이상 여성전용의 학문이 더 이상 아니고 앞으로 미용산업의 발전을 위한 고무적인 평가로 사료된다.

학력에 따른 교육서비스, 물리적 편의시설, 학습만족도, 전공만족도, 학문만족도, 학교전환의도 중 교육서비스에서 1.791(p<.01)로 유의미한 결과를 나타냈다. 이를 세부적으로 살펴보면 교육서비스, 학습만족도, 전공만족도, 학문만족도, 학교전환의도, 물리적 편의시설 순으로 나타났다. 이중 4년제(3.53±.702)보다 전문대(3.64±.698)의 교육서비스가 더 높음을 알 수 있었다. 이는 전문대학의 짧은 교육기간에 따라 헤어, 메이크업, 피부, 네일아트 등의 세부전공을 나눠 집중 실기 교육 및 전공에 따른 시설 투자를 하여 학생들의 물리적 편의시설 품질이 더 높은 것으로 사료된다.

전공에 따른 교육서비스, 물리적 편의시설, 학습만족도, 전공만족도 학문만족도, 학교전환의도 중 학문만족도에서 3.773(p<.05), 전공만족도

〈표 3〉 교육만족도의 요인분석 및 신뢰도분석

요인	항목	요인		
		1	2	3
학습 만족도 (1요인)	7. 전공공부를 심화시킬 수 있는 기회가 적절히 주어진다.	.801	.254	.257
	6. 전공시험은 적절한양으로 주어지고 공부에 도움이 된다.	.766	.274	.307
	8. 전공학과 교과목의 구성내용이 다양하다.	.699	.285	.357
	9. 학점은 신중하고 공정하게 주어진다.	.691	.337	.290
	5. 전공도서는 배울만한 가치가 있다.	.601	.363	.408
전공 만족도 (2요인)	10. 학생이 원한다면 언제나 교수와 만날 수 있다.	.166	.767	.284
	13. 교수·학생 간의 의사소통이 원활하게 이루어진다.	.353	.304	.340
	11. 전공영역에 대해서 공부하는 방법이나 내용에 대해 교수님의 조언을 들을 수 있다.	.345	.721	.312
	12. 졸업 후 진로에 대한 지도가 잘 이루어지고 있다.	.485	.721	.157
	14. 전공학과에서 무언가 가치가 있는 것을 배우고 있다고 느낀다.	.469	.637	.442
학문 만족도 (3요인)	1. 전공학과의 교과내용에 대해 흥미를 느낀다.	.241	.592	.798
	2. 전공학과의 교육내용이 전반적으로 잘 구성되어 있다.	.445	.227	.691
	4. 전공교수님들은 전공분야에 대해 깊은 지식을 갖고 있다.	.345	.285	.614
	3. 전공교수님들은 가르치려고 하는 목표가 뚜렷하고 알기 쉽게 설명한다.	.453	.384	.609
	15. 전공학과에 대해서 만족한다.	.291	.505	.574
고유값		3.947	3.541	3.243
분산설명(%)		26.312	23.610	21.620
누적설명(%)		26.312	49.922	71.542
신뢰도(Cronbach' α)		.899	.869	.829

KMO=0.961, Bartlett's test결과 $X^2=6122.800$ (df=105, Sig.=0.000)

〈표 4〉 학교전환의도 요인분석 및 신뢰도분석

요인	항목	요인
	항 목	1
학교 전환의도 (1요인)	2. 현재 재학중인 대학을 자퇴하고 다른 대학으로 전공을 바꿀 것이다.	.896
	3. 현재 재학중인 대학을 휴학하고 다른 대학으로 편입을 할 것이다.	.869
	4. 현재 재학중인 대학이 마음에 들지 않아 휴학을 할 것이다.	.857
	1. 현재 재학중인 대학이 마음에 들지 않아 학교를 자퇴 할 것이다.	.830
	고유값	3,628
	분산설명(%)	19,093
	누적설명(%)	40,119
	신뢰도(Cronbach' α)	.930

KMO=0,957, Bartlett's test결과 $X^2=13272,213$ (df=561, Sig.=0,000)

〈표 5〉 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도 상관관계분석

N=540

	학습 만족도	전공 만족도	학문 만족도	물리적 편의시설	교육 서비스	학교 전환의도
학습 만족도	1					
전공 만족도	.793***	1				
학문 만족도	.806***	.822***	1			
물리적 편의시설	.515***	.496***	.451***	1		
교육 서비스	.588***	.602***	.582***	.616***	1	
학교 전환의도	-.508***	-.508***	-.527***	-.396***	-.521***	1

*** $p < 0.001$

(2.913($p < .05$), 학습만족도 2.676($p < .05$)로 유의한 결과를 나타냈으며, 이중 학문만족도, 전공만족도, 학습만족도, 학교전환의도, 교육서비스, 물리적 편의시설의 순으로 학문만족도가 높게 나타났다. 이는 점점 세분화 되어 지고 있는 뷰티시장의 70%이상을 차지하는 헤어와 피부분야로 졸업 후 취업을 희망하는 학생들의 학문만족도가 크다는 것으로 사료된다.

4. 대학 교육서비스품질이 교육만족도에 미치는 영향

대학 교육서비스품질은 교육만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 검증하기 위해 교육서비스 품질을 독립변인으로, 교육만족도를 종속변인으로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 〈표

7〉과 같이 나타났다.

대학 교육서비스품질에 미치는 교육만족도의 하위요인을 구체적으로 살펴보면 먼저, 물리적 편의시설의 학습만족도($\beta = .245, t=5.692, p < .0001$), 전공만족도($\beta = .202, t=4.703, p < .0001$), 학문만족도($\beta = .149, 3.384, p < .0001$)의 순으로 정적(+)영향을 미치는 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 물리적 편의시설 수준이 높을수록 학생들의 교육의 질을 의미하는 교육만족도가 높아지는데 영향을 미치는 것을 의미한다. 따라서 기업의 제품이나 서비스품질에 만족하면 충성도가 높아지듯이 대학 교육서비스품질이 높으면 교육만족도 또한 높아져 학생들의 대학생활 적응력이 높아져 긍정적인 대학생활을 할 수 있다. 실습위주의 교육, 오래되지 않는 최신시설의 강의실, 교육 기자재, 휴식공간 그리고 쾌적한 교육환경이 교

〈표 6〉 일반적 특성에 따른 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도에 따른 차이

집단		요인	교육 서비스	물리적 편의시설	학습 만족도	전공 만족도	학문 만족도	학교 전환의도
		M±S	M±S	M±S	M±S	M±S	M±S	
성별	남성 (n=60)	3.63±.667	3.22±.784	3.64±.657	3.76±.723	3.86±.649	1.99±.783	
	여성 (n=460)	3.58±.706	3.30±.746	3.47±.734	3.61±.716	3.62±.721	2.02±.815	
	F	.499	-.809	1.703	1.533	2.543	-.291	
학력	전문대 (n=276)	3.64±.737	3.25±.698	3.51±.724	3.63±.714	3.63±.719	1.97±.830	
	4년제 (n=264)	3.34±.762	3.34±.762	3.48±.731	3.61±.722	3.65±.716	2.06±.790	
	F	1.791*	-1.388	.396	.391	-.283	-1.272	
전공	헤어 (n=240)	3.63±.690	3.31±.751	3.59±.708	3.70±.681	3.74±.705	1.94±.836	
	메이크업 (n=148)	3.50±.721	3.23±.686	3.38±.711	3.49±.712	3.49±.689	2.06±.770	
	피부 (n=115)	3.63±.695	3.31±.808	3.46±.783	3.64±.755	3.64±.760	2.10±.830	
	네일아트 (n=37)	3.54±.707	3.44±.806	3.46±.678	3.59±.793	3.60±.686	2.12±.721	
	F	1.306	.827	2.676**	2.913**	3.773**	1.451(.227)	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

Duncan : a<b<c

육만족도에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 판단되었다. 학교에서 학생만족도를 향상시키기 위해 낡은 교육시스템을 과감히 청산할 필요가 있다. 이는 대학 교육서비스품질이 교육만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 채택되었으며, 김정희, 박동진(2012), 김선아 등(2011)의 교육서비스품질이 학생만족이 높아지는 연구결과를 뒷받침한다.

5. 교육만족도가 학교전환의도에 미치는 영향

교육만족도는 학교전환의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 2를 검증하기 위해 교육만족도를 독립변인으로, 학교전환의도를 종속변인으로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 〈표 8〉과 같이 나타났다.

교육만족도가 학교전환의도에 미치는 영향을 구체적으로 살펴보면, 먼저 교육만족도의 학문

만족도($\beta = -.254, -3.601, p < .0001$), 학습만족도($\beta = -.176, t = -2.66, p < .0001$), 전공만족도($\beta = -.159, t = -2.322, p < .0001$)의 순으로 부적(-)영향을 미치는 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 교육의 질과 흥미, 교수와 학생간의 소통이 원활해진다면 학교전환의도가 낮아져 학교를 자퇴하거나 휴학을 하는 학생이 적어지는 것으로 나타났다. 따라서 교육만족도를 높이기 위해 대학 등록금 인하, 장학금 확대, 취업률, 공모전 등의 성과 향상을 지원해 나가야 할 것이다. 또한 교육만족도의 학문만족도가 높아지면 학교전환의도가 낮아지게 된다는 것으로 전공교수들의 학식과 목표가 뚜렷하여 전공학문에 대한 흥미유발, 잘 구성된 커리큘럼, 학생들의 눈높이에 맞는 교육서비스를 제공하는 것이다. 이는 교육만족도가 학교전환의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 2는 채택되었으며, 채선영 등(2013)의 교육만족도가 높으면 학교전환의도가 낮아진다는 연구결과를 뒷받침한다.

〈표 7〉 대학 교육서비스품질이 교육만족도에 미치는 영향

종속변인	독립변인 (교육서비스품질)	B	표준 오차	β	t	F	R ²
학습 만족도	물리적 편의시설	.237	0.42	.245	5.692	167.039***	.384
	교육 서비스	.454	.045	.438	10.171		
전공 만족도	물리적 편의시설	.193	.041	.202	4.703	169.772***	.387
	교육 서비스	.489	.044	.477	11.133		
학문 만족도	물리적 편의시설	.143	.042	.149	3.384	145.857***	.352
	교육 서비스	.500	.045	.490	11.099		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

〈표 8〉 교육만족도가 학교전환의도에 미치는 영향

종속변인	독립변인 (교육만족도)	B	표준 오차	β	t	F	R ²
학교 전환의도	학습 만족도	-.196	0.74	-.176	-2.66	78.233***	.305
	전공 만족도	-.180	.078	-.159	-2.322		
	학문 만족도	-.288	.080	-.254	-3.601		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

〈표 9〉 대학 교육서비스품질이 학교전환의도에 미치는 영향

종속변인	독립변인 (교육서비스품질)	B	표준 오차	β	t	F	R ²
학교 전환의도	물리적 편의시설	-.130	.050	-.120	-2.581	104.744***	.281
	교육 서비스	-.517	.540	-.447	-9.626		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

6. 대학 교육서비스품질이 학교전환의도에 미치는 영향

대학 교육서비스품질은 학교전환의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 3을 검증하기 위해 교육서비스 품질을 독립변인으로, 학교전환의도를 종

속변인으로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 〈표 9〉와 같이 나타났다.

교육서비스품질이 학교전환의도에 미치는 영향을 구체적으로 살펴보면 구체적으로 살펴보면, 먼저 교육서비스품질의 교육서비스($\beta = -.447$, $t = -9.626$, $p < .0001$), 물리적 편의시설($\beta = -.120$,

$t=-2.581$ $p<.0001$ 의 순으로 부적(-)영향을 미치는 것으로 파악되었다. 이러한 결과는 교육의 질을 의미하는 교육만족도가 높아지면 학교전환의도가 낮아진다는 결과는 교육서비스 대상자인 학생과 학부모의 교육 기대와 욕구를 충족시킬 수 있는 수준의 환경, 전문지식, 시대에 맞는 과목편성, 취업 및 진학을 제공하여 학생이 타 학교로 전환을 할 수 있는 의도 또한 낮출 수 있는 요인으로 해석된다. 이는 교육의 교육서비스품질이 학교전환의도에 영향을 미칠 것이라는 가설 3은 채택되었으며, 김성식(2008)의 교육서비스품질이 높으면 학교전환의도가 낮아진다는 연구결과를 뒷받침한다.

V. 결론

본 연구는 일반적 특성에 따른 대학 교육서비스품질, 교육만족도, 학교전환의도에 따른 차이와 대학 교육서비스품질과 교육만족도 및 학생전환의도에 미치는 영향을 규명하고자 하였으며 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째 일반적 특성이 학력, 전공에 따른 교육서비스, 물리적 편의시설, 학습만족도, 전공만족도, 학문만족도, 학교전환의도 차원에 각각 차이가 있는 것으로 나타났다.

둘째 대학 교육서비스품질의 세부 변인 물리적 편의시설 관계에서 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째 교육만족도의 세부 변인인 학문만족도 관계에서 부적(-) 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째 대학 교육서비스품질의 세부 변인 교육서비스 관계에서 부적(-) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 교육서비스 제공자들이 교육서비스 품질을 높이고 대학의 발전을 위해서는 교육 수요자인 학생들의 입장을 고려하여 학생의 수요에 효율적으로 대응하는 노력을 해야 할 것이다. 기업이 제공하는 제품이나 서비스에 고객이 만족하면 그 기업에 대한 충성도가 높아지듯 학교의 교육서비스품질에 대해서도 동일한 인과관계가 성립된다는 선행연구결과에 따라 교육만족도에 대한 기대수준이 높아지고 만족요인들이 다양해지는 환경적 변화를 감안할 때 교육

만족도가 높다고 하여도 결코 안주할 수 없는 현실이다.

이와 같이 연구결과를 통해 파악할 수 있는 시사점은 다음과 같다.

대학의 이미지를 높여 재학중에는 물론 졸업 이후까지 학생들의 교육만족도를 향상시키는 방안이 마련될 필요가 있다. 이를 위해서는 대학의 전반적인 수준을 끌어올려 재학생과 졸업생 그리고 교직원 모두가 학교에 대한 자긍심을 갖도록 하고, 나아가 학교를 자랑스럽게 생각함으로써 모교에 대한 입학을 적극 추천할 수 있도록 하는 정책을 강구해야 한다. 그러나 학교의 수준이나 발전정도를 단기간에 높인다는 것은 현실적으로 쉽지 않기 때문에 장기적 전략으로 단계적 접근하고 추진하는 노력이 필요할 것이다. 글로벌시대 대학 경쟁력은 교육내용의 국제화와 차별화에서 나온다. 그러므로 대학당국의 교육정책변화를 통해 우수한 학생들을 확보할 수 있도록 해야 한다. 그리고 이러한 틀의 변화에는 재학생들에 대한 교육서비스의 획기적 변화는 물론 졸업생들까지 모교를 아끼고 사랑할 수 있도록 만드는 근본적인 개혁이 필요하다. 그리하여 우선 재학생들과 졸업생 그리고 교직원들이 소통할 수 있고 자발적 참여할 수 있는 차별화된 교육 프로그램부터 개발해 새로운 발전 전략을 모색해야 할 것이다.

본 연구의 한계점과 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째 실증분석에 사용된 응답표본의 한계이다. 본 연구에서는 강원 원주·강릉지역, 서울지역, 충북 청주지역, 경북 김천·대구지역 전문대 및 4년제 대학에 재학중인 대학생을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 향후 연구에서는 전국에 분포해 있는 미용학과를 포함하는 연구 결과를 도출하는 것이 바람직할 것이다.

둘째 대학 교육서비스품질이 교육만족도나 학교전환의도에 영향을 미친다는 사실은 입증되었지만, 학교 행정서비스나 애교심에 따른 문제점을 파악하여 더욱 세분화된 연구를 함으로써 교육서비스를 효율적으로 적용할 수 있는 자료를 얻을 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김정희, 박동진. (2012). 대학 교육서비스가 학생만족과 충성도에 미치는 양향 -A 국립대학 사례를 중심으로. *소비자정책교육연구*, 9(3), 48-68.
- 김선아, 강민완, 심재은. (2011). 대학 경호학과 교육서비스 품질이 대학생활 적응과 충성도에 미치는 영향. *한국치안행정논집*, 8(1), 258-304.
- 김성식. (2008). 대학생들의 학업중단 및 학교이동에 대한 탐색적 분석 : 대학선택요인과 대학생활 만족도의 영향. *한국교육학회*, 35(1), 227-249.
- 김윤. (2015). 뷰티서비스업체의 불평처리서비스와 고객충성도 간의 관계. *한국인체미용예술학회지*, 16(3), 199-213.
- 배인정. (2015). *고객만족교육에서 서비스몰입에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 -금융기관을 중심으로*. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상은, 고경숙. (2013). 헤어살롱 이용실태와 선택요인이 고객만족도에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 14(3), 197-215.
- 양태식. (2004). *대학의 교육서비스 품질이 학생만족 및 추천의도에 미치는 영향*. 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.
- 장유정. (2003). *SERVQUAL 모형을 이용한 대학 교육서비스 품질 평가*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 장대운, 박진현, 나동진, 이영식. (1986). 전공-적성 불일치 대학생의 전공학과 적응지도방안에 관한 연구. *전북대학교 학생생활연구소*, 14, 1109-1154.
- 장대성, 채규진, 김민수. (2010). 한국 대학 경영교육 서비스의 교육만족 및 충성도와 서비스 접점 유형에 관한 연구. *대한경영학회*, 23(2), 813-831.
- 정재삼, 한영진. (2004). 고객만족 교육프로그램의 학습전이 영향에 대한 요인분석. *기업교육연구*, 6(2), 127-148.
- 전홍신, 김윤. (2016). 미용 서비스 실패 유형이 고객만족에 미치는 영향-서비스 회복 공정성의 매개효과 검증. *한국인체미용예술학회지*, 17(1), 233-248.
- 조봉섭. (2012). *대학서비스가 학생만족과 대학에 대한 태도에 미치는 영향 -대학을 중심으로*. 창원대학교 대학원 석사학위논문.
- 차수련, 채연수. (1999). 교육서비스 품질의 측정에 관한 실증적 연구. *한독경상논총*, 20, 81-111.
- 최규환. (2005). 관광 교육서비스 평가, 만족, 행동의도에 관한 연구. *소비문화연구*, 8(1), 135-152.
- 최덕철, 이경오. (2000). 대학교육 서비스 마케팅 모형구축에 관한 연구. *마케팅과학연구*, 6, 339-366.
- 최명철. (2003). *관광교육 서비스 품질과 참여자 관계성이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구*. 동아대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최희선. (2014). *대학교육 서비스 품질에 관한 연구 -학생집단의 인지를 중심으로*. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 최희선, 정승환. (2014). 대학교육 서비스 품질에 관한 연구. *대학경영학회학술대회*, 721-732.
- 채선영, 임미라, 안대회, 김광진. (2014). 커피관련 전공의 교육서비스품질이 학생만족도와 추천의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회*, 13(1), 425-436.
- 통계청. (2016). 통계분류 포털 <https://kssc.kostat.go.kr>: 8443.
- 한은숙, 김종두. (2003). 사범대학생의 교육만족도에 미치는 영향요인 분석. *한국교원교육연구*, 20(3), 313-335.
- 허선희. (2014). *피부 미용 서비스품질 불평요인의 회복만족과 성과 관계에서 신뢰의 매개효과분석 연구*. 서울벤처대학교 대학원 박사학위논문.
- 황병일, 김범중. (2015). 학생만족, 학생몰입, 대학충성도, 전환의도 간의 구조적 관계. *고객만족경영연구*, 17(1), 151-170.
- Bdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education : Three instruments compared. *International Journal of Research & Method in Education*, 29(1), 71-89.
- Bitner, Booms, and Tetreault. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Branlet, P. (1996). *Evaluating effectiveness: benchmarking your traininh activity against best practice*. McGraw-Hill Book Company.
- Braskamp, L. A., Wise, S. L., & Hengstler, D. D. (1979). Student satisfaction as a measure of developmental quality. *Journal of Educational Psychology*, 71, 494-498.
- C. H. Lovelock. (1991). *Service Marketing Englewood*

- Cliffs. New Jersey : Prentice-Hall.
- Chandrashekar, M., Rotte, K., Tax, S. S. and Grewal, R. (2007). Satisfaction Strength and Customer Loyalty. *Journal of Marketing Research*, 44(February), 153-163.
- Parasuraman, V.A., A. Zeithaml, and L.L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
- Hasan, H.F.A., Ilias, A., Rahman, R.A., and Razak, M.Z.A. (2009). Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions. *International Business Research*, 1(3), 163-175.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L. & Beatty, S. E. (2002). Why customers stay: measuring the underlying dimensions of services switching costs and managing their 4 differential strategic outcomes. *Journal of Business Research*, 55(6), 441-450.
- Kang, H. S. (2003). Study on the Switching Behavior of Customers of Local Monopolistic Department Store. *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 12(1), 29-57.
- Keaveney, S. M. (1995a). An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(Apr), 71-82.
- Keaveney, S. M. (1995b). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(April), 71-82.
- Keaveney, S. M. and Parthasarathy, M. (2001). Customer Switching Behaviour in Online Services: An Exploratory Study of the Role of Selected Attitudinal, Behavioural, and Demographic Factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(4), 374-390.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 11(3), 117-130.
- Solomon and Judd, K. (1998). Academic and Service Quality in Distance Education, a Dissertation Presented to the college of Education, *Univ. of Denver*, 14-17.
- Lattin & McAlister. (1985). Using a Variety-Seeking Model to Identify Substitute and Complementary Relationships Among Competing Products. *Journal of Marketing Research*, 22(3), 330-339.
- Mai, Li-Wei. (2005). A Comparative study between UK and US : The student satisfaction in higher education and its Influential factors. *Journal of Marketing Management*, 21(7), 859-878.