

디지털금융 기반 마이데이터 앱 초기 사용자들에 대한 수용의도에 미치는 영향 연구

성행남 (부산대학교 경영학과 BK21 교육연구단, 계약교수, 주저자 haena@pusan.ac.kr)

이태원 (부산대학교 경영학과 BK21 교육연구단, 연구교수, 교신저자 twanny@pusan.ac.kr)

… Abstract …

MyData service is providing new innovative services, and as the service began in earnest in January 2022, it provides users with a lot of information and benefits. For the early settlement of the MyData industry, the government is actively promoting various services such as medical care, health, and insurance related to life. As such, MyData is preparing policies that can use services in the long run. MyData service, which will be launched in earnest in 2022, can be seen as a resistance of users to adopt innovation. In order to overcome the resistance of early users in the process of adopting innovation, it is necessary to understand the characteristics of users, innovation, and propagation mechanisms to reduce users' resistance to innovation (Ram, 1987), and the adoption of innovation spreads only when uncertainty of new ideas is alleviated (Rogers, 2003). Therefore, through this study, we intend to suggest ways and alternatives to resolve the innovation resistance of early users of MyData services. For the empirical analysis of this paper, a survey was conducted on initial users of the MyData app at the national level by requesting a survey specialized company. In the future, it will be a useful basic study for continuously using MyData services.

Key Words : Digital Finance, MyData App, Innovation Resistance, TAM

I. 서론

2020년 11월 데이터 3법이 국회를 통과하면서 디지털금융 기반의 마이데이터 서비스 산업이 시작하였다. 새로운 혁신적인 서비스를 제공하고 있는 마이데이터는 2022년 1월부터 본격적으로 서비스가 행해지면서 사용자들에게 많은 정보와 혜택을 제공하고 있다. 마이데이터 서비스란 사용자가 개인이 가지고 있는

특정한 정보를 요청하여 사용자와 연결된 여러 금융권으로부터 정보를 수집하여 한 곳에서 한 번에 받아 관리 및 이용할 수 있는 서비스라고 할 수 있다. 정부는 마이데이터 서비스 산업의 조기 정착을 위해 생활과 관련한 의료, 건강, 보험 등 다양한 서비스를 적극 추진하고 있다. 이처럼 마이데이터는 장기적으로 서비스를 활용할 수 있는 정책들이 마련되고 있다(금융위원회, 2022). 특히, 금융

분야에서는 데이터의 중요성이 매우 증가하고 있다. 금융 데이터는 집적된 많은 양과 정확한 정보를 전달함으로써 산업적으로 활용도가 높다. 금융기업은 상품개발, 신용평가, 부도예측 및 리스크관리 등 다양한 업무 전반에서 사용되고 있다. 또한, 유통, 보건, 공공, 제조 등 타산업과의 융합이 용이하며, 혁신적인 경제성장에 이바지하고 있다(금융위원회, 2018). 학계에서는 신사업의 마이데이터 도입으로 인한 초기연구로 마이데이터 서비스에 대한 프라이버시와 관련된 연구와 서비스 활성화 전략 및 연구동향 등 이론적·산업적 연구들이 진행되고 있다(최정민, 조영은, 2020; 박주성 등, 2021; 이정우 등, 2022; 김상희, 김종기, 2017). 한편, 현재 국내의 마이데이터 비즈니스는 초기수준으로 마이데이터 서비스 국내 사용자들의 인지도는 16.7%에 불과하다(이주희, 2022). 2022년 2월 기준 마이데이터 서비스의 가입자 현황을 살펴보면 1,840만 명(중복집계)이며, 누적 125억 건의 데이터가 전송되었다(금융위원회, 2022). 마이데이터 서비스는 다양한 서비스(카드, 상품, 대출 등)가 제공되어 활발히 이루어지고 있다. 하지만, 정보의 주체인 사용자(개인)이 개별적인 데이터를 관리, 통제 및 활용하기에 현실적으로 불가능하다는 의견 또한 언급되고 있다(한국데이터산업진흥원, 2019; 이주희, 2022). 정해진(2022)은 마이데이터 서비스는 개인정보를 통합 관리할 수 있다는 큰 장점으로 부각시켜

새로운 혁신 아이디어로서 각광을 받고 있지만, 데이터를 제공하는 개인이 받는 혜택은 없다고 하였다. 또한, 기업이 마이데이터를 이용하는 사용자의 개인 정보를 얻는 이익에 대해 가치 배분의 연건 조성 및 마이데이터 서비스 이용에 대한 데이터 판매 및 활용에 대한 언급으로 데이터 제공 여부에 따라 자의적으로 제도화하는 것이라고 하였다.

본 연구에서는 디지털 금융 기반의 마이데이터 서비스를 사용하는 앱 초기 사용자들에 대한 수용의도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 또한, 혁신저항을 두그룹으로 나누어 조절효과를 통해 어떠한 영향을 미치는지 살펴본다. 마이데이터 서비스는 사실상 사용자들의 혁신 채택 저항이 존재한다고 할 수 있으며, 혁신의 채택 과정에서 초기 사용자의 저항극복을 위해서는 사용자, 혁신 및 전파 메커니즘의 특성을 파악하여 사용자의 혁신에 대한 저항을 감소(Ram, 1987) 시켜야 하며, 혁신의 채택은 새로운 아이디어의 불확실성을 완화시킬 때 비로소 확산(Rogers, 2003)된다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구를 통해 마이데이터 서비스를 이용하는 앱 초기 사용자의 혁신저항을 해소할 수 있는 방안과 대안을 제시하여 마이데이터 산업의 미래 성장에 대한 기여하고자 한다.

II. 이론적 배경과 가설

본 연구에서는 마이데이터 앱 초기 사

용자의 수용의도를 설명하기 위해 마이데이터 서비스에 대한 이론적 정의 및 개념을 포함한 관련 문헌을 연구하고, 통합기술수용이론(UTAUT, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)과 혁신저항모델(IRM, Innovation Resistance Model)을 고찰하여 이론적 근거를 제시한다. 본 연구에서 제시한 연구모형은 그림 1과 같다.

2.1 지각된 가치

지각된 가치는 정보기술 중 마이데이터 서비스를 이용하는 과정에서 핵심적인 역할을 수행하며, Zeithaml(1988)은 고객의 가치를 제공된 가격과 품질 사이의 상쇄 혹은 지불한 것에 대한 보상이라고 정의하였다(Zeithaml, 1988; 김한민 등, 2022). 지각된 가치는 행동의도에 따라 영향을 주는 변수라 할 수 있으며 획득과 손실에 대한 인식을 전제로 서비스를 이용하는 전반적인 평가이다(박동근, 2022). 지각된 가치와 관련한 연구로 Chen & Hu(2010)는 고객가치에 영향을 미치는 서비스 품질과 관련하여 지각된 가치를 기능적, 감성적, 사회적, 미적, 평판 등의 개념화를 시도하는 연구를 진행하였다. 기존 연구를 토대로 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

H1a: 사용자의 지각된 가치는 성과기대에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.

H2a: 사용자의 지각된 가치는 노력기

대에 정(+)²의 영향을 줄 것이다.

2.2 신뢰성

한국데이터산업진흥원(2019)에 따르면 마이데이터 서비스는 데이터를 기반으로 4가지 차별화된 특징 중 신뢰성은 개인 데이터를 관리하고 보호할 수 있게 설계된 서비스로 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하는 것이라 정의하였다. 신뢰성은 마이데이터를 사용하는 사용자들은 자신이 소유한 정보를 인식할 때 느끼는 지식이나 정보제공에 대한 경험의 보유 정도 및 정보의 신뢰성을 평가하며 정보 전달에 대한 신뢰성과 전문성에 의해 영향을 받는다(이유재, 2000). 신뢰성은 사용자에게 맞춤형 서비스를 제공하게 되면 제품과 서비스에 대한 긍정적인 태도를 형성할 수 있는 정보를 제공한다고 하였다(가정봉, 2016). 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

H1b: 사용자의 신뢰성은 성과기대에 정(+)¹의 영향을 줄 것이다.

H2b: 사용자의 신뢰성은 노력기대에 정(+)²의 영향을 줄 것이다.

2.3 통합기술수용모델

Venkatesh et al.(2003)는 계획행동이론, 혁신확산이론, 사회인지이론, PC활용이론, 동기이론, 합리적 행동이론, 기술수용모형, TAM/TPB 통합이론 등 총 8가지의 이론과 33개의 개념들을 통합하고

조정하여 핵심요인인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건과 연령, 경험, 성별, 사용 자발성 등을 추가한 통합기술수용모델(UTAUT: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)를 제시하였다(이혁준, 2021). 통합기술수용모델은 급속도로 성장하는 정보기술에 따라 신제품, 혁신제품, 모바일, 정보통신기술, 서비스, 기술 및 제품 서비스 등 사용자의 수용의도를 예측하기 위해 다양한 연구에서 활용되고 있다. 정순규(2013)과 Venkatesh et al.(2003)은 기술수용모델을 활용한 사용자의 수용의도 및 행위에 대한 설명력이 40~50% 인데 반해 통합기술수용모델의 설명력은 60~80%에 달한다고 언급하였다. 통합기술수용모델은 국내·외 다양한 분야에서 활용되고 있으며, 특히 정보 기술과 서비스 분야의 수용의도에 대한 연구에 큰 주목을 받고 있다(정희정 등, 2017; Chen et al., 2013, Martins et al., 2014; 이동만 등, 2010, 권민찬, 2016).

2.3.1 성과기대

성과기대(Performance Expectancy)는 기술수용모델의 지각된 유용성에서 발전되었으며 “사용자가 새로운 정보기술을 사용하면서 자신의 업무 성과가 향상되었다고 믿는 정도”로 정의되고 있으며 (Venkatesh et al., 2003), 새로운 정보기술 이용시 작업성과의 향상을 끌어낼 수 있다고 믿는 정도를 의미한다(김영채, 2011; Venkatesh et al., 2003). 기존의

많은 연구에서는 통합기술수용모델의 독립변인으로 성과기대와 노력기대가 기술수용의도에 지니는 긍정적 영향이 가장 크다고 하였다(권민찬, 2016; 이혁준, 2021). 강선희(2016)는 간편결제서비스의 수용의도에 대한 연구를 진행하였으며 성과기대가 기존보다 간편결제서비스 사용시 더 나은 효익이 제공되는 믿음의 정도라 하였고, 권오준(2010)은 스마트폰의 수용의도에 대한 연구로 스마트폰 사용시 업무 성과가 향상될 것이라 믿는 정도로 설명하였다. Hew et al.(2015)는 성과기대가 모바일 앱을 사용하는 의도에 영향을 미친다고 하였다.

H3a: 사용자의 성과기대가 높을수록 수용의도에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

2.3.2 노력기대

노력기대(Effort expectancy)는 사용자가 새로운 정보기술을 사용하면서 얼마나 쉽게 이용할 수 있는지를 의미하고, 새로운 기술이나 시스템을 이해 및 다루기 쉬운 정도가 긍정적인 영향을 미치게 된다는 것을 의미한다(Davis et al, 1989; Venkatesh et al, 2001). 즉, 노력기대는 기술수용모델의 지각된 사용용이성과 유사한 개념으로 설명할 수 있다(강선희, 2016; 권민찬, 2016; Davis, 1989). 노력기대에 대한 기존 연구에서는 간편결제서비스 수용의도에 대한 연구로 노력기대를 어플리케이션(앱)을 설치하거나 결

제 정보 등록시 어려움이 없다고 정의하였고(강선희, 2016), 모바일 신용카드 서비스 수용의도에 대한 연구에서는 노력기대를 서비스의 이용방법이 매우 쉬운 정도로 정의하였다(박일순 등, 2012). 노력기대는 정보기술을 사용함으로써 사용자가 기술수용의도에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 요인이라 할 수 있다(권오준 등, 2010; 유호선 등, 2008). 기존 연구에 기반하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

H3b: 사용자의 노력기대가 높을수록 수용의도에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

2.6 혁신저항모델

Ram(1987)의 연구에 따르면 저항은 개인이 변화를 위협으로 느끼는 정도라고 하였고, 혁신저항은 "혁신에 부여된 병화에 사용자가 제공하는 저항"이라고 하였다. Sheth(1981)의 연구에서는 혁신의 확산은 개인의 혁신에 의해 가지는 저항에 대한 심리를 고려하고, 유용한 심리적 개념을 기존의 습관과 지각된 위협으로 구분하여 혁신저항을 4가지 유형으로 분류하였다. 본 연구에서의 혁신저항이란 "기존의 습관과 생활에 변화를 요구하는 저항으로, 기존에 사용 패턴을 유지하려는 행위 혹은 서비스 사용에 대한 회피 및 거부감 정도"로 정의한다. 장대련과 조성도(2000)은 개인 경험에 대한 저항은 수용의 반대 개념이 아닌 수

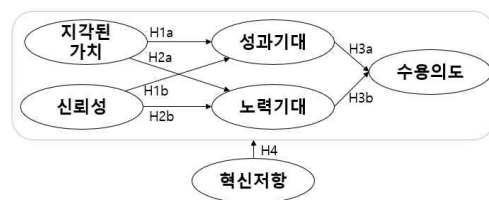
용이나 확산의 과정 중에 발생한 변인임을 주장하였다. Ellen et al.(1990)은 기존 제품에 대한 만족도와 지각된 자기확신이 혁신저항에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다. 본 연구에서는 혁신저항을 두 개의 그룹으로 나누고 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

H4: 혁신저항(고그룹/저그룹)의 차이는 '지각된 가치, 신뢰성'과 '성과기대, 노력기대' 및 '수용의도' 간의 관계에 조절 영향을 미칠 것이다.

Ⅲ. 연구모형과 조사설계

1. 연구모형

본 연구는 마이데이터 서비스 앱 초기 이용자들이 있어서 지각된가치와 신뢰성이 성과기대와 노력기대에 어떤 영향을 미치고, 나아가 성과기대와 노력기대가 수용의도에 어떤 영향을 미치는지 분석하기 위해 그림과 같은 연구모형을 제시하였다.



2. 조사설계

본 연구의 설문자료 수집은 올해 8월 23일부터 8일 동안 설문전문업체와 협업으로 진행되었으며, 응답 504부 중 최종 분석은 493부가 사용되었다. 표본의 특성분석을 위해 SPSS Statistics 21.0을 사용하였으며, 신뢰성과 타당성 분석 및 가설검정을 위하여 구조방정식모형 분석을 실시하였다. 본 연구의 측정항목은 앞서 설명한 선행연구를 토대로 수정하여 사용하였다. 지각된 가치 4개 항목(이용가치, 혜택, 보람, 획득가치), 신뢰성 3개 항목(서비스 정확, 정보정확, 제공정

보정확), 성과기대 3개 항목(금융서비스 제공, 효율적 금융상품, 금융생활 유용), 노력기대 4개 항목(정보 편리 제공, 정보 다양 제공, 정보 빠르게 제공, 정보 효율적 제공), 수용의도 4개 항목(자주 사용, 지속 수용, 적극 수용, 사용의향) 등으로 구성되었다. 조절 변인인 혁신저항은 4개 항목(신기술 거부, 새기술 무필요, 서비스 불편, 서비스 이점 모름)으로 구성되었다.

<표 1> 확인적요인 분석 결과

연구변인	항목	표준화계수	표준오차	t-Value	크론바흐 알파	AVE	구성개념 신뢰도
지각된 가치	PV1	0.836			.919	.729	.915
	PV2	0.854	0.046	23.607			
	PV3	0.867	0.045	24.216			
	PV4	0.885	0.043	25.045			
신뢰성	Re1	0.849			.900	.737	.894
	Re2	0.871	0.043	24.246			
	Re3	0.88	0.043	24.625			
성과기대	PE1	0.864			.868	.667	.857
	PE2	0.802	0.044	21.226			
	PE3	0.817	0.042	21.798			
노력기대	EE1	0.847			.920	.744	.921
	EE2	0.869	0.044	24.785			
	EE3	0.853	0.045	24.025			
	EE4	0.873	0.044	24.971			
수용의도	IU1	0.906			.945	.778	.934
	IU2	0.897	0.032	31.096			
	IU3	0.9	0.033	31.421			
	IU4	0.9	0.031	31.433			
모형적합도 지수: $X^2=241.940(df=123, p=.000)$, $X^2/df(Q값)=1.967$, GFI=.948, IFI=.986, TLI=.982, CFI=.985, RMSEA=.044							

IV. 실증분석과 해석

1. 연구모형

본 연구의 표본 특성은 다음과 같이

제시하고 있다. 성별에서 남성 50.1%, 여성 49.9%, 연령대에서 20대이하 15.6%, 30대 33.5%, 40대 23.1%, 50대 21.9%, 60대이상 5.9%로 나타났다. 그리고 응답자는 마이데이터 서비스 앱을 평균적으로 6.6개를 사용하는 것으로 나타났다. 이에 본 연구의 데이터는 마이데이터 서비스 앱 이용자들로 구성되어 있기 때문에 응답자들은 표본의 대표성을 갖고 있다고 볼 수 있다.

2. 신뢰성과 타당성 분석

척도의 타당성을 평가하기 위해 확인적요인 분석을 실시하였다. <표 1>에서 보여주는 바와 같이 각 연구변인의 크론바흐 알파값이 0.868로 기준을 상회하고 있다. CFI가 0.948, RMSEA 0.044로 기

준으로 기준을 충족하기에 모형은 만족한 것으로 볼 수 있다. 또한 집중타당성은 각 연구변인의 문항들이 밀접한 관계를 갖고 있다는 것을 의미하며, 구성개념 신뢰도와 AVE의 검정을 통해 평가된다. 구성개념 신뢰도와 AVE와 최소허용 값이 0.7과 0.5이므로 구성 신뢰도와 VAE값이 기준치를 상회하고 있다.

각 연구변수에 대한 AVE의 제공근 값이 비교하는 모든 상관계수 값보다 높을 때 판별타당성이 확보된다(Fornell, 1981). <표 2>에서 AVE의 제공근 값이 일부 상관계수 값보다 낮게 나와 판별타당성이 다소 문제가 되지만, 상관계수 값이 0.9를 상회하지 않았기 때문에 연구변인들 간에 다중공선성의 문제는 없는 것으로 볼 수 있다(Hair, 1998).

<표 2> 상관관계 분석 결과

연구변인	\sqrt{AVE}	지각된 가치	신뢰성	성과기대	노력기대	수용의도
지각된 가치	0.854	1				
신뢰성	0.859	0.781	1			
성과기대	0.817	0.768	0.750	1		
노력기대	0.863	0.867	0.740	0.763	1	
수용의도	0.882	0.742	0.693	0.749	0.731	1

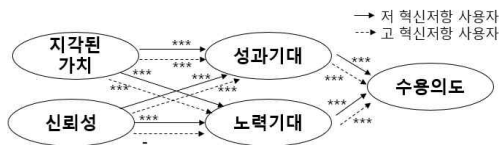
<표 3> 가설 검정 결과

가설	경로	표준화 계수	표준 오차	t-Value	p-Value	R ²	결과
H1a	지각된가치 →성과기대	0.49	0.068	7.848	***	.677	채택
H1b	신뢰성 →성과기대	0.381	0.065	6.152	***		채택
H2a	지각된가치 →노력기대	0.75	0.057	12.693	***	.781	채택
H2b	신뢰성 →노력기대	0.164	0.047	3.166	0.002		채택
H3a	성과기대 →수용의도	0.479	0.059	8.824	***	.642	채택
H3b	노력기대 →수용의도	0.386	0.065	7.36	***		채택
모형적합도 지수: X ² =241.940(df=123, p=.000), X ² /df(Q값)=1.967, GFI=.985, IFI=.986, TLI=.982, CFI=.985, RMSEA=.044							

본 연구의 측정모형을 검정한 후 구조 모형 분석을 실시하였으며, 구조모형과 데이터셋 간의 적합도는 양호한 것으로 나타났다. 가설 검정의 결과는 <표 3>에서 설명되었다. 가설 H1a, H1b, H2a, H2b, H3a, H3b의 6개의 가설이 채택되었다.

그리고 마이데이터 서비스의 사용자의 혁신저항 집단(고집단, 저집단)에 따라서 '지각된가치, 신뢰성'과 '성과기대, 노력기대' 및 수용의도 간의 관계에 어떤 조절 효과를 미치는가를 검증하기 위해서 다중집단비교분석을 시행하였다.

혁신저항 저집단은 모든 가설 채택되었고, 혁신저항 고집단은 H2b가 기각되었다. 즉, 마이데이터 서비스에 저항이 높은 사용자의 신뢰성은 노력기대에 정(+)의 영향을 주는 가설이 기각되었다.



V. 결론

본 연구의 실증분석 결과를 토대로 이론적·실무적 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구와 선행연구에서 마이데이터 서비스의 가치, 신뢰성이 성과기대와 노력기대 관계가 긍정적이고, 이 두 요인이 수용의도에서 긍정적이라는 것이 확인되었다. 이는 김한민 등(2022)의 연구결과와 일치함을 보여준다.

둘째, 마이데이터 서비스에 혁신저항이 높은 사용자는 신뢰성과 노력기대 관계가 지지되지 않았다. 마이데이터 서비스에 저항이 높은 사용자는 신뢰성과 노력기대와 긍정적 관계를 지지받지 못한 것으로 나타났다. 이는 마이데이터 서비스 특징을 반영한 결과로 설명된다. 즉, 자산 정보 제공을 대표적 서비스로 표방하는 마이데이터 서비스에 대한 저항이 높은 사용자는 신뢰성과 마이데이터 서비스 앱의 쉬운 사용이 미약하게 인지된 것으로 판단된다.

본 연구의 실증분석 결과를 실무적 관점에서 살펴보면, 지각된 가치와 신뢰성, 성과기대와 노력기대가 수용의도의 중요

한 요인으로 확인되었다. 특히 지각된가치는 신뢰성보다 성과기대와 노력기대에 더 영향을 미치는 것으로 나타났고, 수용의도에는 성과기대와 노력기대가 유사 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 마이데이터 서비스 앱은 사용자에게 지각된 가치를 통한 성과기대 및 노력기대 그리고 수용의도에 더 많은 노력을 해야 한다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 본 연구는 통합기술수용모델에 초점을 두고 마이데이터 서비스 앱 수용의도에 대해 진행되었다. 더불어 혁신저항모델의 혁신저항 요인을 고 저 집단으로 나누어 집단별 차이를 살펴보았다. 이에 향후 연구는 마이데이터 서비스 앱 수용의도에 영향을 미칠 수 있는 다른 요인들이 있기에 다각적인 요인들의 영향을 조사할 필요가 있을 것이다. 둘째, 본 연구의 실증조사가 마이데이터 서비스 초기시점에 이루어졌기에, 마이데이터 서비스가 활성화되는 성장 시점에서 연구가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

가정봉, SNS특성에 의한 신제품의 소비자 혁신저항이 구매의도 및 구전의도에 미치는 영향, 건국대학교 석사학위논문, 2016.

강선희, 통합기술수용모델(UTAUT)을 기반으로 간편결제 서비스 수용의도와 이용에 관한 연구: 혁신저항의 조절효과를 중심으로, 부경대학교 박사학위논문, 2016.

권민찬, 통합 기술수용이론(UTAUT)에 의한 로보어드바이저 서비스 수용의도에 관한 연구: S금융 그룹을 중심으로, 고려대학교 석사학위논문, 2016.

권오준, “스마트폰 잠재수용자의 수용에 관한 실증적 연구”, *Internet and Information Security*, 1(1), 2010, pp. 55-83

금융위원회, 금융분야 데이터 활용 및 정보 보호 종합방안, 2018.

금융위원회 보도자료, “마이데이터 발전을 위한 간담회 개최”, 2022.

김상희, 김종기, “프라이버시 염려와 제도적 신뢰가 프라이버시 의사결정에 미치는 영향: 전자상거래와 위치기반 서비스의 비교”, *한국산업정보학회 논문지*, 22(1), 2017, pp. 69-87.

김영채, 모바일 패션 애플리케이션 수용요인에 관한 연구, 국민대학교 박사학위논문, 2011.

김한민, 김종욱, 박상철, “게임의 지속적 이용에 영향을 미치는 요인에 대한 실증적 연구”, *디지털융복합연구*, 20(5), 2022, pp. 525-535.

박동근, 마이데이터 제공의도에 미치는 영향 요인 분석 - 개인역량과 조절효과를 중심으로-, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2022.

박일순, 통합기술수용모델(UTAUT) 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구, 국민대학교 박사학위논문, 2012.

- 박주석, 김혜영, 김한성, 최민령, “4 가지 관점의 마이데이터 융합서비스 활성화 전략: 유럽과 한국을 비교하여”, 한국빅데이터학회지, 6(2), 2021, pp. 181-195.
- 유호선, 김민용, 권오병, “유희적인 유비쿼터스 서비스 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 경영정보학회 학술대회논문집, 2008(2), 2008, pp. 425-449
- 이동만, 림계화, 장성희, “UTAUT 이론을 기반으로한 인터넷뱅킹의 이용에 영향을 미치는 요인: 한국과 중국의 비교 연구”, 정보시스템연구, 19(4), 2010, pp. 111-136.
- 이유재 "고객만족경영의 개념과 실천에 관한 연구", 경영저널, 1(1), 2000.
- 이정우, 김철민, 송영규, 박현지, “마이데이터 서비스 수용 의도와 요인에 대한 사용자와 금융사 직원의 인식 비교 연구: Q 방법론을 활용하여”, 한국 IT서비스학회지, 21(3), 2022, pp. 1-25.
- 이주희, “금융 마이데이터 전략적 활용에 관한 사례 연구”, 디지털융복합연구, 20(3), 2022, pp. 181-189.
- 이혁준, 노인돌봄기관 전문인력의 고령친화 기술 수용의도에 관한 연구:통합기술수용모델(UTAUT)을 중심으로, 경희대학교 동서의학대학원, 박사학위논문, 2021.
- 장대련, 조성도, “연구논문: 기술제품사용자의 조직 내 혁신저항에 영향을 미치는 요인과 지각된 자기능력의 조절효과에 관한연구,” 소비자학연구, 13(3), 2002, pp. 245-262.
- 정순규, 관객 유형에 따른 공연 관람 구매 의사와 관객 개발전략, 중앙대학교 석사학위논문, 2013.
- 정희정, 구철모, 정남호, “온라인 여행사 이용객의 가치와 만족에 영향을 미치는 요인”, 대한관광경영학회 관광연구, 32(2), 2018, pp. 1-22.
- 정해진, “마이데이터 서비스 이용자의 프라이버시 정보제공 행동 연구”, 언론정보연구, 59(3), 2022, p. 5-63.
- 최정민, 조영은, “개인정보 이동권과 마이데이터 산업 관련 연구”, 경제규제와 법, 13(2), 2020, pp. 92-107.
- 한국데이터산업진흥원, 마이데이터 서비스 안내서, 한국데이터산업진흥원, 2019.
- Chen, K. Y., Chang, M. L., “User acceptance of NFC mobile phone service: an investigation based on the UTAUT model”, *The Service Industries Journal*, 2013.
- Chen, P. T., & Hu, H. H. “How determinant attributes of service quality influence customer-perceived value: an empirical investigation of the Australian coffee outlet industry”, *International Journal of Contemporary Hospitality*

- Management*, 22(4), 2010, pp. 535-551.
- Davis, F. D., "Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, 13(3), 1989, pp. 319-340.
- Ellen, P. S., Bearden, W. O., & Sharma, S. "Resistance to technological innovations: an examination of the role of self-efficacy and performance satisfaction", *Journal of the academy of marketing science*, 19(4), 1991, pp. 297-307.
- Fornell, C. and Larcker D. F., "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), 1981, pp.39-50.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C., *Multivariate Data Analysis*(5ed), Prentice Hall, 1998.
- Martins, C., Oliveira, T., Popovic, A., "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application", *International Journal of Information Management*, 34, 2014, pp. 1-13.
- Ram, S. "A model of innovation resistance", *Advances in Consumer Research*, 14(1), 1987, pp. 208-212.
- Rogers, E. *Diffusion of innovation* (5th ed), 2003.
- Sheth, J. N., "Psychology of Innovation Resistance: The Less Developed Concert in Diffusion Research", *Research in Marketing*, 4, 1981, pp. 273-282.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. Davis, F. D. "User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View", *MIS Quarterly*, 27(3), 2003, pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Brown, S. A. "A longitudinal investigation of personal computers in homes: Adoption determinants and emerging challenges", *MIS Quarterly*, 25(1), 2001, pp. 71-102.
- Zeithaml, V. A., "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, 52(3), 1988, pp. 2-22.