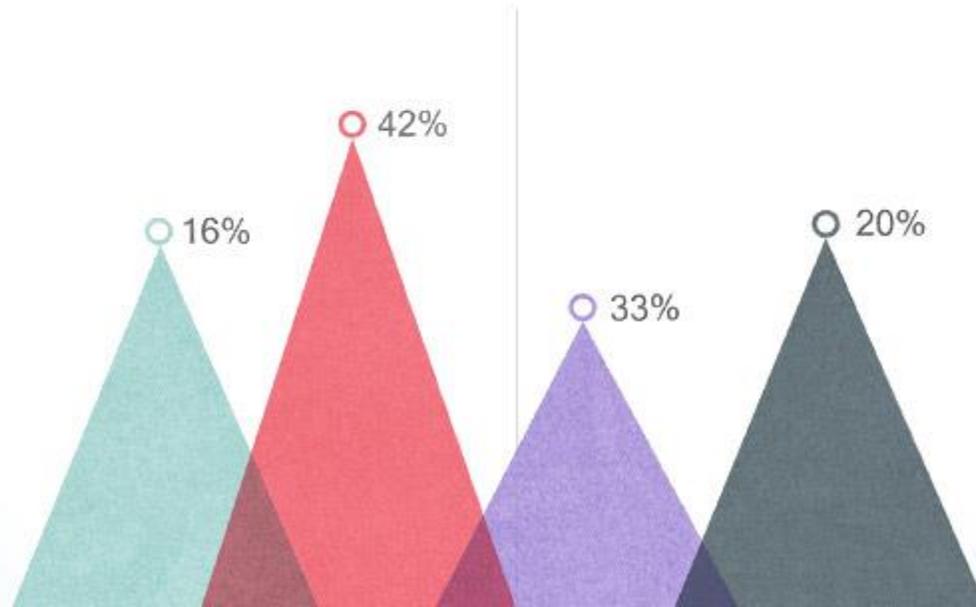


2018

DataIN을 활용한 기초통계에서 고급회귀까지





INDEX

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료 등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도분석과 요인분석
9. t-test분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1-1. 척도의 이해

가. 척도란

- 척도(scale)란 사물이나 사람의 특성을 하나의 기준으로 숫자를 부여한 것
- 자료의 분석을 위해서는 문자로는 분석이 안 되며, 가급적 모든 자료는 숫자로 표현(코딩)해야 함.

예시

Q1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남 ② 여

→ 자료입력시 '남' 혹은 '여'라고 하지 않고 '1' 혹은 '2'라는 숫자를 입력(코딩)한다.

Q2. 귀하의 최종학력은? ① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 초대졸 ④ 대졸 ⑤ 대학원 이상

→ 1,2 등의 숫자는 응답한 사람들 어떤 분류(보기 집단)에 속하는가를 확인하는 것에 불과하다

Q3. 귀하의 월소득은 얼마입니까? (_____) 만원

→ 개방형 질문에서 수집된 숫자는 숫자 부여의 작업이 필요 없다. 왜냐하면 숫자가 바로 그 수준을 의미하기 때문에.....

나. 척도의 중요도

- 척도/자료의 종류가 무엇인가에 따라 분석방법이 결정됨.
- 따라서 척도의 자료의 종류를 이해하는 것은 분석에 앞서 매우 중요함.

1

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

- 2. 종합사례연구
- 3. DataIN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1-2. 척도의 종류

종류	정의	예	구분	분석방법
명목척도 (noiminal)	측정대상(응답자)을 단지 분류할 목적으로 숫자를 부여한 척도	성별	범주형 자료 (질적 자료)	빈도분석
서열척도 (ordinal)	측정대상(응답자)간에 순서/서열적 의미(높고 낮음)가 있는 척도	학력		
등간척도 (interval)	측정대상(응답자)간에 순서 뿐만 아니라 숫자의 간격이 동일하여 양적인 정도를 알 수 있는 척도	온도	연속형 자료 (양적 자료)	기술통계
비율척도 (ratio)	등간척도와 유사하나, 0의 의미가 '실제로 없다'고 말할 수 있는 척도	소득		

2-1. 명목척도

가. 정의

- 측정대상의 특성을 분류하거나 확인할 목적으로 숫자를 부여한 척도

나. 특징

- 부여된 숫자는 산술적 의미가 없으며, 단지 집단을 구분하는 것에 불과함.
- 상표(브랜드), 상점 형태, 판매지역, 상표의 인지여부, 성별구분, 직업의 구분

다. 명목척도의 예시

1) 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

2) 다음 중 출퇴근 시 주로 이용하는 교통수단은 무엇입니까?

- ① 버스 ② 지하철 ③ 자가용 ④ 택시 ⑤ 도보

2-2. 서열척도

가. 정의

- 측정대상 간의 순서관계를 밝혀주는 척도로서, 측정대상의 특정한 속성을 판단하여 측정대상 간에 대소나 높고 낮음 등의 순서를 부여해 주는 척도

나. 특징

- 측정대상 간의 해당속성의 양적인 비교는 불가능
- 소비자의 태도, 선호도, 사회계층

다. 서열척도의 예시

1) 귀하 가정의 경제적 수준은 어느 정도라고 생각하십니까?

- ① 상 ② 중 ③ 하

2) 귀하의 최종학력은?

- ① 초등학교졸업 이하 ② 중졸 ③ 고졸 ④ 대졸 이상

3) 본 제품에 대한 만족도는 어느 정도이십니까?

- ① 매우 좋음 ② 좋음 ③ 보통 ④ 나쁨 ⑤ 아주 나쁨

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

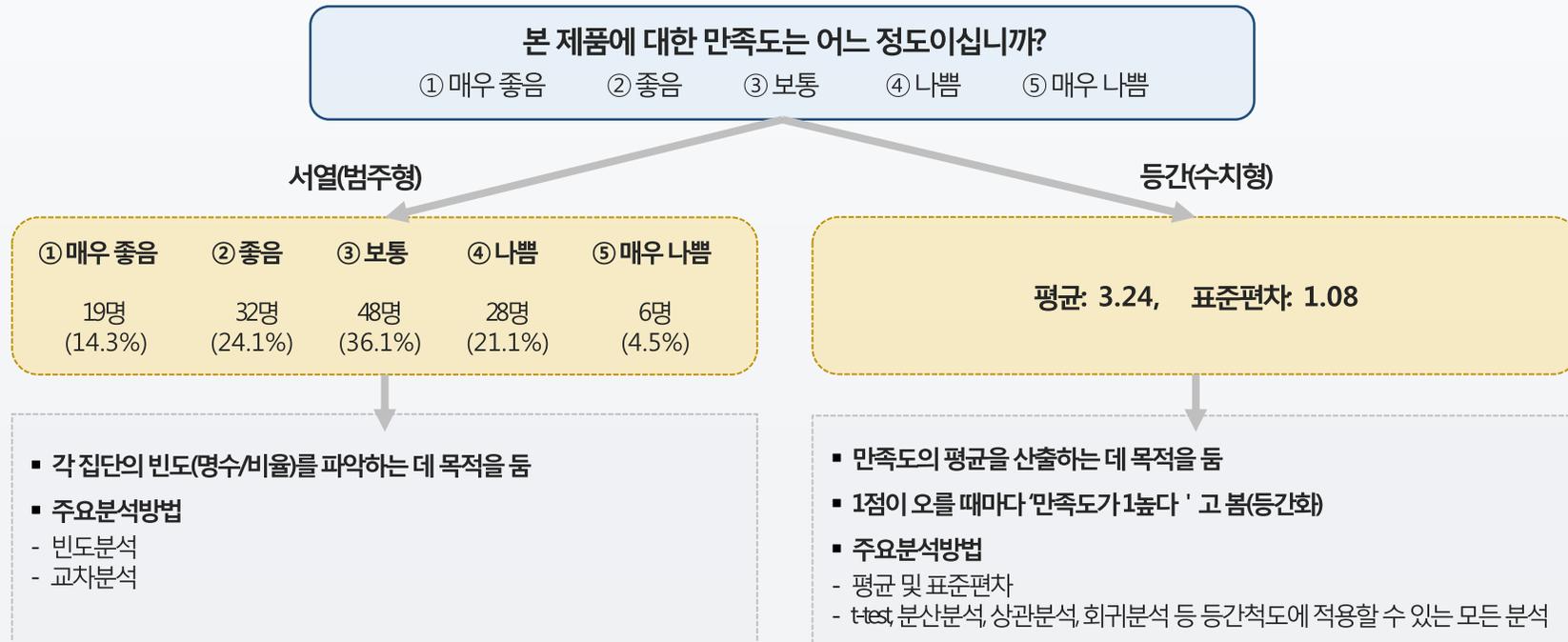
14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2-2. 서열척도

✓ 리커트척도(Likert Scale)는...

- 서열척도이지만 **등간척도**로 활용한다
- 즉, 본질적으로는 범주 자료이며 숫자의 차이를 말할 수 없는 척도이다
예) '좋음④이' '보통③'보다 만족 정도가 높다고는 말할 수 있지만 '1점 높다고 말하는 것은 엄격한 기준에서는 곤란하다
- 사람의 태도수준(만족도, 동의도, 필요도 등)을 파악하기 위해서 어쩔 수 없는 차선으로 점수화(연속형)하여 사용한다



2-3. 등간척도

가. 정의

- 속성에 대한 순위를 부여하되 순위 사이의 간격이 동일한 척도.

나. 특징

- 절대영점은 존재하지 않음. 임의 영점은 존재
- 온도, IQ점수, 성적, 경제(물가, 주식, 생산성)지수 등

다. 등간척도의 예시

1) 귀하의 수학능력점수는 몇 점이었습니까? (____)점

2) 각 지방의 현재 온도는? (____)점

3) 작년 경기를 100으로 할 때 현재 체감경기는 몇 점을 줄 수 있습니까? (____)점

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2-4. 비율척도

가. 정의

- 등간척도가 갖는 특성에 추가적으로 측정값 사이의 비율 계산이 가능한 척도.

나. 특징

- 절대영점이 존재
- 무게, 키, 연령, 소득 등

다. 비율척도의 예시

1) 귀하의 연령은? (____)세

2) 귀하 가정의 월 평균 소득은? (____)원

3) 귀하의 체중과 키는? (____)kg/ (____)cm



✓ **소득을 보기로 제시하여 물어보면 어떤 척도일까?**

Q1. 귀하의 월소득은 얼마입니까?

- ① 100만원 미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원 ④ 300~399만원 ⑤ 400만원 이상

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

3-1. 독립변수와 종속변수

가. 차이분석에서 독립변수와 종속변수

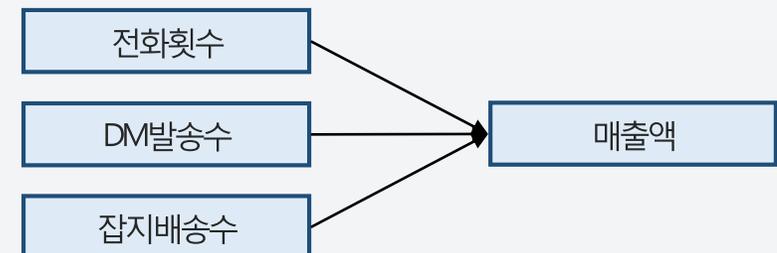
- 성별이 무엇이나에 따라 결과(지지정당)의 명수/비율이 달라짐
- **독립변수: 성별**
- **종속변수: 지지정당**

구분	A당	B당	C당	D당
전체	120(60%)	50(25%)	30(15%)	200명(100%)

구분	A당	B당	C당	D당
전체	120	50	30	200명
남	80	15	5	100명
여	40	35	25	100명

나. 영향관계에서 독립변수와 종속변수

- 어떤 판촉활동이 매출에 더 밀접한가(영향을 미치는가)를 파악
- 각 판촉활동 수에 따라 매출액이 달라짐
- **독립변수: 전화횟수, DM발송수, 잡지배송수**
- **종속변수: 매출액**



척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

3-2. 척도와 분석방법

척도와 분석간의 관계		구분	분석방법
		범주형 자료	연속형 자료
종속변수	범주형 자료	교차분석	로지스틱 회귀분석 판별분석 군집분석
	연속형 자료	t-test분석 분산분석(ANOVA)	상관관계분석 선형회귀분석 경로/구조방정식 분석

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

4-1. 교차분석

⇒ 독립변수와 종속변수가 모두 범주형인 경우 두 변수간의 관계를 파악하는 통계분석방법

- 가장 단순한 두 변수간 분석이지만, 실무(여론, 시장조사 등)에서 기본적이며 많이 사용되는 분석법
- “모든 데이터의 분석은 기초분석과 교차분석만으로도 충분하다” -유명한 학자曰-

교차분석의 예

문1 귀하의 성별은?

① 남성 ② 여성

문2 귀하가 선호하는 패밀리 레스토랑은?

① TGI ② 베니건스 ③ VIPS ④ 아웃백

구분	TGI	베니건스	VIPS	아웃백	전체
남	30	30	30	30	120명
여	25	25	30	50	130명
전체	55	55	60	80	250명

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

4-2. t-test와 분산분석

⇒ 독립변수가 범주형이고 종속변수가 연속형 자료 간의 관계를 파악하는 통계분석방법

- 독립변수 범주가 2개 : t-test
- 독립변수 범주가 3개 이상 : 분산분석(ANOVA: ANalysis Of VAriance)

t-test와 분산분석의 예

문1. 귀하의 성별은?

① 남성 ② 여성

문2. 귀하의 연령대는?

① 20대 이하 ② 30대 ③ 40대 이상

문3. 귀하께서는 TGI에 얼마나 만족하십니까?

① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

구분		N(명)	평균	표준편차
성별	남	120	3.4	0.23
	여	130	3.2	0.34
연령대	20대 이하	80	3.4	0.32
	30대	90	3.2	0.27
	40대 이상	80	3.3	0.29
전체		250	3.3	0.31

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

4-3. 상관관계와 선형회귀분석

⇒ 독립변수와 종속변수가 모두 연속형인 경우 두 변수간의 관계를 파악하는 통계분석방법

- 두 변인간 상관 정도를 파악하는 분석: 상관관계분석
- 독립변수가 종속변수에 미치는 영향 분석: 선형회귀분석

기간	TV광고 횟수	라디오 광고횟수	신문광고 횟수	온라인 광고횟수	매출액
2009.1	4	12	23	23	12.5억
2009.2	5	13	24	32	12.9억
2009.3	4	15	25	46	12.6억
2009.4	5	13	30	45	13.5억
2009.5	6	12	34	57	14.5억
2009.6	6	17	15	65	16.5억
2009.7	5	18	32	43	15.4억
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
2011.12	7	19	25	56	18.3억

✓ 상관관계분석 결과예시

변수	TV광고 횟수	라디오 광고횟수	신문광고 횟수	온라인 광고횟수
매출액	0.343**	0.304**	0.294**	0.283**

✓ 선형회귀분석 결과예시

변수	비표준화계수		표준화계수	t	p
	b	S.E.	β		
TV	0.232	0.085	0.343	2.729	0.000***
라디오	0.193	0.097	0.310	1.990	0.032*
신문	0.094	0.092	0.293	1.022	0.432
온라인	0.087	0.088	0.292	0.989	0.842

R²=0.325, F=76.422, p=0.000***

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

4-4. 로지스틱회귀분석

⇒ 독립변수가 연속형이고, 종속변수가 범주형인 변수간의 영향관계를 파악하는 통계분석방법

- 종속변수의 하위 범주수가 2개인 경우: 이항로지스틱 회귀분석
- 종속변수의 하위 범주수가 3개 이상인 경우: 다항로지스틱 회귀분석

성별	연령	bmi	당뇨	지방간	환자여부
남성	41	21.5	1	1	정상
여성	34	25.7	1	2	정상
여성	49	23.4	2	1	정상
남성	53	21.4	1	1	정상
남성	63	27.8	2	1	환자
남성	44	29.7	2	2	환자
여성	43	24.3	1	2	환자
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
남성	52	25.6	2	1	환자

✓ 로지스틱회귀분석 결과예시

변수	b	S.E.	wald	p	Odds ratio
성별	1.960	0.228	74.117	0.000	7.101
연령	0.012	0.009	2.057	0.152	1.012
bmi	1.160	0.083	193.720	0.000	3.190
당뇨	0.209	0.119	3.065	0.080	1.233
지방간	0.361	0.095	14.539	0.000	1.435
상수항	-7.121	0.559	162.556	0.000	0.001

Pseudo R²=0.266, -2LL=1026.072, 정확분류도=80.6%

척도와 분석방법과의 관계

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

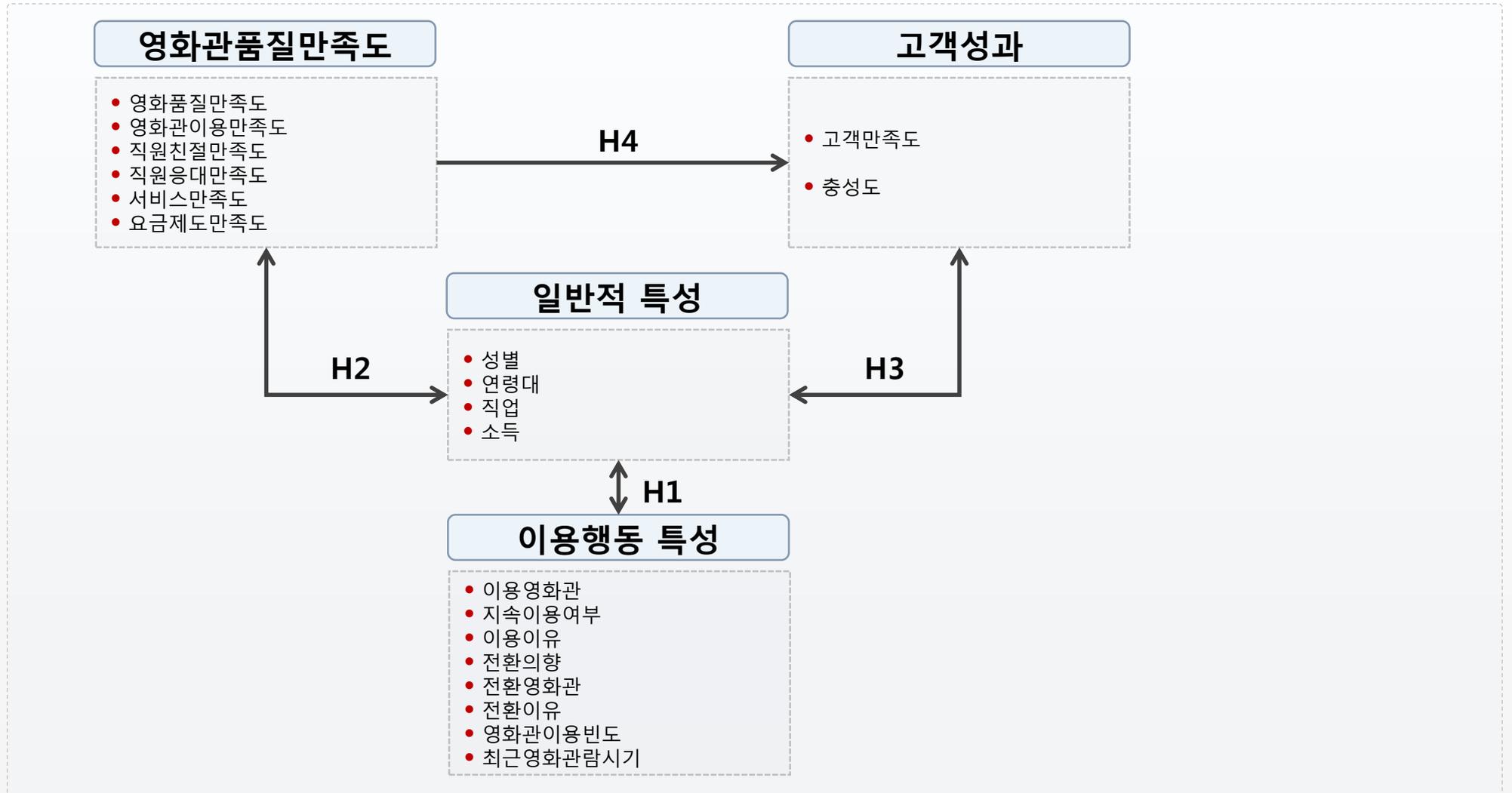
15. 로지스틱회귀분석

5-1. 연습해보기

✓ 예제

	독립	종속	분석방법
- 음주여부와 간암발생과의 관계(차이)	음주여부 -범주-	간암발생 -범주-	교차분석
- 운동유무에 따른 BMI 차이분석	운동유무 -범주-	BMI -연속-	t-test분석
- 근무부서에 따른 직무만족도 차이분석	근무부서 -범주-	직무만족도 -연속-	분산분석
- 행복지수와 수명과의 관계	행복지수 -연속-	수명 -연속-	상관관계 분석
- 건강행위가 생활만족도에 미치는 영향	건강행위 -연속-	생활만족도 -연속-	(다중)회귀 분석
- 흡연정도가 폐암발생에 미치는 영향	흡연정도 -연속-	폐암여부 -범주-	로지스틱 회귀분석

2-1. 연구모형



1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2-2. 가설 및 분석방법

가설/기본분석	분석방법	도출정보
응답자(표본) 특성 정리	빈도분석	응답자 특성 정리
주요 변수(만족도 등) 점수(수준) 정리	기술통계분석	전체 만족도 파악
H1: 영화관람객의 일반적 특성에 따라서 영화이용행동에 차이가 있을 것이다	교차분석	응답자 세부 집단별 참가행동 문항의 차이여부 및 집단별 행동 정리
H2: 영화관람객의 일반적 특성에 따라서 영화관품질만족도에 차이가 있을 것이다	t-test 및 ANOVA	응답자 세부 집단별 품질만족도 차이여부 및 만족도 고/저 집단의 정리
H3: 영화관람객의 일반적 특성에 따라서 고객성가에 차이가 있을 것이다	t-test 및 ANOVA	응답자 세부 집단별 성과(전반만족, 충성도) 차이여부 및 만족도 고/저 집단의 정리
H4: 영화관품질만족도는 고객성가에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	Pearson 상관관계분석	독립변수와 종속변수간의 상관정도 파악
	선형 회귀분석	독립변수와 종속변수 간의 영향관계 분석
H5: 영화관품질만족도는 고객만족도를 매개하여 충성도에 영향을 미칠 것이다	매개회귀분석	매개효과의 검증
H6: 영화관품질만족도는 충성도에 미치는 영향은 소득에 따라 다를 것이다	조절회귀분석	조절효과의 검증

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1. 엑셀 데이터의 준비

DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_data.xls

주의! 다중응답은 변수명_12...n으로 입력해야 함

	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY
1	고객만족도5	중성도1	중성도2	중성도3	이용영화관	지속이용여부	이용이유_1	이용이유_2	이용이유_3	전환의향	전환영화관	전환이유_1	전환이유_2	전환이유_3	영화관이용빈도	최근영화관람시기	성별	연령	직업	소득	소득집단	직업집단
2	5.00	5.00	5.00	3.00	1.00	2.00	1.00	4.00	18.00	2.00					1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00
3	2.00	4.00	3.00	1.00	1.00	2.00	1.00	3.00	4.00	2.00					2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
4	4.00	5.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00			2.00					2.00	3.00	1.00	1.00	1.00	5.00	4.00	1.00
5	2.00	2.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	16.00	17.00	2.00					3.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00
6	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	1.00			2.00					4.00	3.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
7	4.00	4.00	3.00	2.00	1.00	2.00	1.00	4.00	11.00	2.00					5.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	1.00
8	3.00	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	12.00	14.00	2.00					1.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00
9	3.00	4.00	3.00	1.00	1.00	2.00	1.00	5.00	16.00	2.00					5.00	3.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
10	3.00	2.00	3.00	3.00	1.00	2.00	18.00			2.00					5.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	4.00	1.00
11	4.00	5.00	4.00	2.00	1.00	1.00	4.00			1.00	3.00	4.00			3.00	5.00	1.00	2.00	7.00	2.00	2.00	4.00
12	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	9.00	12.00		2.00					2.00	3.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
13	4.00	4.00	3.00	2.00	1.00	1.00	3.00			2.00					4.00	3.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
14	4.00	4.00	4.00	2.00	1.00	1.00	13.00	16.00	18.00	1.00	2.00	3.00	4.00	9.00	3.00	2.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	3.00
15	3.00	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	9.00		2.00					1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	1.00
16	3.00	4.00	3.00	5.00	1.00	2.00	9.00			1.00	2.00	1.00	6.00	7.00	5.00	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
17	3.00	4.00	3.00	3.00	1.00	2.00	4.00	6.00	7.00	2.00					2.00	3.00	1.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00
18	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	9.00	10.00	14.00	1.00	3.00	2.00	14.00		4.00	5.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
19	4.00	4.00	3.00	3.00	1.00	2.00	2.00	5.00	11.00	2.00					4.00	5.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
20	3.00	3.00	2.00	3.00	1.00	2.00	3.00	6.00	11.00	2.00					4.00	4.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
21	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	1.00			2.00					2.00	4.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
22	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	13.00			2.00					2.00	5.00	1.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00
23	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	4.00			2.00					2.00	5.00	1.00	3.00	7.00	2.00	2.00	4.00
24	3.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	5.00	9.00		2.00					3.00	5.00	1.00	3.00	7.00	2.00	2.00	4.00
25	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	18.00			2.00					3.00	4.00	1.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00
26	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	4.00	5.00		2.00					2.00	5.00	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
27	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	13.00			1.00	3.00	2.00	3.00		2.00	4.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
28	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	16.00			2.00					2.00	5.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00	1.00
29	2.00	2.00	2.00	3.00	1.00	2.00	18.00			2.00					2.00	2.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00
30	4.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	3.00	13.00	14.00	2.00					3.00	5.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
31	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	1.00	2.00	3.00	1.00	4.00	1.00	8.00	13.00	2.00	4.00	1.00	4.00	3.00	2.00	2.00	3.00
32	2.00	3.00	4.00	3.00	1.00	1.00	2.00	3.00	5.00	2.00					2.00	2.00	1.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00
33	3.00	3.00	4.00	5.00	1.00	2.00	1.00	4.00	13.00	2.00					3.00	2.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00
34	4.00	4.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00			2.00					2.00	4.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00
35	3.00	3.00	3.00	2.00	1.00	2.00	6.00	12.00	14.00	2.00					2.00	5.00	1.00	4.00	2.00	3.00	3.00	2.00
36	4.00	4.00	3.00	3.00	1.00	2.00	3.00			2.00					2.00	5.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00
37	4.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	8.00	11.00	16.00	2.00					5.00	5.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00
38	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	1.00	6.00	13.00	2.00					4.00	5.00	1.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
39	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	3.00	7.00	13.00	2.00					4.00	5.00	1.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00
40	3.00	2.00	2.00	5.00	1.00	2.00	4.00			2.00					1.00	2.00	1.00	4.00	7.00	2.00	2.00	4.00

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료 등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2. 속성 데이터의 준비

DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_attri.xls

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	문항명	문항설명	문항유형	보기개수	보기1	보기2	보기3	보기4	보기5	보기6	보기7	보기8	보기9	보기10	보기11
2	영화품질만족1	영화관에서 상영하는 영화는 다양하다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
3	영화품질만족2	내가 원하는 조건에 맞는 영화를 상영하고 있다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
4	영화품질만족3	내가 원하는 조건에 맞는 영화를 상영하고 있다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
5	영화품질만족4	내가 원하는 조건에 맞는 영화를 상영하고 있다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
6	영화관만족1	영화 예매·발권을 위한 과정(홈페이지/모바일/직접발권)은 편리하다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
7	영화관만족2	영화 예매·발권이 신속하다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
8	영화관만족3	영화 예매·발권 과정은 실수 없이 진행되고 있다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
9	영화관만족4	영화관 이용에 대해 전반적으로 만족한다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
32	충성도1	내가 이용한 영화관을 재이용할 의향이 있다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
33	충성도2	내가 이용한 영화관을 타인에게 권유하고 싶다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
34	충성도3	가급적 다른 영화관을 이용하고 싶다	보기형	5	전혀 그렇지	그렇지 않은	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다						
35	이용영화관	귀하가 가장 최근에 이용하신 영화관은 어디입니까?	보기형	4	CGV	프리머스	롯데시네마	메가박스							
36	지속이용여부	이전에 다른 영화관을 이용하셨습니까? 아니면 최근 이용영화관을 계속 이용하셨습니까?	보기형	3	다른 영화관	계속 한 영화관	이용하였다								
37	이용이유	가장 최근에 이용한 영화관을 선택하신 이유는 무엇입니까?	보기형	10	가까워서	영화관람이	영화 관람비	계속 이용							
38	전환의향	다음 영화관은 다른 곳을 이용하실 의향이 있으십니까?	보기형	2	다른 영화관	현재 영화관을	이용할 것이다								
39	전환영화관	어느 영화관을 이용할 것 같습니까?	보기형	5	CGV	프리머스	롯데시네마	메가박스							
40	전환이유	다른 영화관을 이용하려는 이유는 무엇입니까?	보기형	10	영화관람비가	가까워서	인지도가 높	주위의 평이	영화관이 인	영화관명이	지역권이	전환	서비스가	다	영화관명이
41	영화관이용빈도	얼마나 자주 영화관에서 영화를 관람하십니까?	보기형	5	주 1회 이상	2주에 1회	정한 달에 1번	2~3달에 1번	2~3달에 1번	정도					
42	최근영화관람시기	가장 최근에 영화관에 방문하신지 얼마나 되었습니까?	보기형	5	1주 이내	2주 이내	1달 이내	2달 이내	3달 이전						
49	영화품질만족도		숫자형												
50	영화관이용만족도		숫자형												
51	직원 친절만족도		숫자형												
52	직원응대만족도		숫자형												
53	서비스만족도		숫자형												
54	요금제도만족도		숫자형												
55	고객만족도		숫자형												
56	충성도		숫자형												
57	총영화관품질만족		숫자형												

보기형 → 범주형

주의! 다중응답이라도 속성설정은 1개만

숫자형 → 연속형

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료 등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. DataIN의 자료등록

① 클릭

설문 **분석** 응답보내기 문의 매뉴얼 데이터인광장 테스트9님

새 프로젝트 추가

HOME > 분석 > 새 프로젝트 추

파일데이터등록 설문데이터등록

④ 클릭

등록하기

② 프로젝트명 입력

영화관품질만족

③ 데이터파일, 속성파일 등록

데이터파일 샘플 다운로드 파일선택 DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_data.xls

문항속성파일 샘플 다운로드 파일선택 DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_ATTRI.xlsx

TIP

- ✓ '샘플 다운로드' 버튼 클릭 후 예시 파일 양식 다운로드
- ✓ 머리글, 번호는 입력해야 합니다.
- ✓ 다중 입력형인 경우 [문항 이름_1, 문항 이름_2, ...]
- ✓ 업로드 파일은 Excel 통합문서 (*.xls 또는 *.xlsx)

업로드할 파일 선택

DataIN > 교육자료 교육자료 검색

구성	새 폴더	이름	수
★ 즐겨찾기			
다운로드			
바탕 화면			
최근 위치			
		[데이터인교육] 통계분석 한방에 끝내기.pptx	20
		DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_ATTRI.xlsx	20
		DataIN 통계분석데이터_영화관만족도_data.xls	20

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료 등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 자료등록 완료 확인

저장하기

☐ 분석

영화관품질만족
56문항
250명
2018-02-23 16:39:57

☐ 분석

교육만족도분석자료
21문항
100명
2018-01-12 14:36:41

① 신규 프로젝트 등록됨

업로드 기능을 통해 일괄 업로드를 할 수 있습니다.

TIP

- ✓ Sample을 참고하여 문항 속성파일을 업로드해주세요.
- ✓ 셀이 병합되어 있거나, 공백이 포함된 경우 정상적으로 업로드 되지 않을 수 있습니다.
- ✓ 문항 속성이 기존에 존재하는 경우 기존의 속성은 모두 삭제 되고, 새롭게 등록이 됩니다.

문항속성 샘플 다운로드
문항속성 파일선택
선택된 파일이 없습니다.

1~50 ▾
50 ▾
개씩 보기

no	문항명	문항설명	유형
1	영화품질만족1 <small>최소값: 1 최대값: 5</small> 전혀 그렇지 않다 그렇지 않은 편이다 부족하다	영화관에서 상영하는 영화는 다양하다	보기형 ▾ 보기 한번 에 붙여넣기
2	영화품질만족2 <small>최소값: 1 최대값: 5</small> 전혀 그렇지 않다	내가 원하는 조건에 맞는 영화를 상영하고 있다	보기형 ▾ 보기 한번

W 와이즈인컴퍼니

24

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-1. 분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

- 범주형 자료의 응답자, 퍼센트를 구하는 분석방법
- 범주형 자료(명목척도와 서열척도)가 분석의 대상

구분	빈도(명)	비율(%)
버스	31	31.0%
지하철	37	37.0%
자가용	12	12.0%
택시	3	3.0%
도보	17	17.0%
전체	100	100.0%

나. 분석목적

- 범주형 자료의 응답 및 구성 표본수와 비율(%)을 파악
- 분석대상 변수에 대해서 잘못 입력된 값 혹은 이상치가 있는지 파악
- 하위 범주가 적절한지($n > 30 \sim 40$) 검토

2-1. 일반특성 분석 설정

① 클릭

② 클릭

③ 변수 선택 후 이동

④ 클릭

보고서Reporting | 통계분석Reporting

빈도분석 | 집단비교분석 | 척도화분석 | 회귀분석

빈도분석
기술통계분석
교차분석

전체항목 56건

전체선택 | 선택취소

1. 영화품질만족1 (집단수:5) | 2. 영화품질만족2 (집단수:5) | 3. 영화품질만족3 (집단수:5)

4. 영화품질만족4 (집단수:5) | 5. 영화관만족1 (집단수:5) | 6. 영화관만족2 (집단수:5)

7. 영화관만족3 (집단수:5)

선택변수 1건

영역초기화 | 선택삭제

42.성별 (집단수:2) | 43.연령 (집단수:4) | 44.직업 (집단수:7)

45.소득 (집단수:5)

분석초기화 | 분석하기

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-2. 일반특성 분석 결과

주요+상세 파일저장 - 파일저장 - 파일보관함저장

주요결과	상세결과			
변수	구분	빈도(명)	비율(%)	
전체		250	100.0	
성별	남성	133	53.2	
	여성	117	46.8	
연령	10대	48	19.2	
	20대	79	31.6	
	30대	72	28.8	
	40대 이상	51	20.4	
직업	학생	88	35.2	
	회사원/공무원	99	39.6	
	자영업/사업	16	6.4	
	전문직	12	4.8	
	주부	15	6.0	
	무직	4	1.6	
소득	기타	16	6.4	
	100만원 미만	59	23.6	
	100~200만 이내	88	35.2	
	200~300만 이내	62	24.8	
	300~400만 이내	23	9.2	
	400만원 이상	18	7.2	

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시

빈도분석결과

성별은 남성 133명(53.2%), 여성 117명(46.8%)으로 나타났다.

연령은 20대 79명(31.6%), 30대 72명(28.8%), 40대 이상 51명(20.4%), 10대 48명(19.2%)으로 나타났다.

직업은 회사원/공무원 99명(39.6%), 학생 88명(35.2%), 자영업/사업 16명(6.4%), 기타 16명(6.4%), 주부 15명(6.0%), 전문직 12명(4.8%), 무직 4명(1.6%)으로 나타났다.

소득은 100~200만 이내 88명(35.2%), 200~300만 이내 62명(24.8%), 100만원 미만 59명(23.6%), 300~400만 이내 23명(9.2%), 400만원 이상 18명(7.2%)으로 나타났다.

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-3. 일반특성 결과정리 및 해석

1. 조사대상자의 일반적 특성

[주요결과]

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
전체		250	100.0
성별	남성	133	53.2
	여성	117	46.8
연령	10대	48	19.2
	20대	79	31.6
	30대	72	28.8
	40대 이상	51	20.4
직업	학생	88	35.2
	회사원/공무원	99	39.6
	자영업/사업	16	6.4
	전문직	12	4.8
	주부	15	6.0
	무직	4	1.6
소득	기타	16	6.4
	100만원 미만	59	23.6
	100~200만 이내	88	35.2
	200~300만 이내	62	24.8
	300~400만 이내	23	9.2
400만원 이상	18	7.2	

빈도분석결과

성별은 남성 133명(53.2%), 여성 117명(46.8%)으로 나타났다.

연령은 20대 79명(31.6%), 30대 72명(28.8%), 40대 이상 51명(20.4%), 10대 48명(19.2%)으로 나타났다.

직업은 회사원/공무원 99명(39.6%), 학생 88명(35.2%), 자영업/사업 16명(6.4%), 기타 16명(6.4%), 주부 15명(6.0%), 전문직 12명(4.8%), 무직 4명(1.6%)으로 나타났다.

소득은 100~200만 이내 88명(35.2%), 200~300만 이내 62명(24.8%), 100만원 미만 59명(23.6%), 300~400만 이내 23명(9.2%), 400만원 이상 18명(7.2%)으로 나타났다.

하위 범주
표본수
N > 30~40



직업과 소득의 범주를 묶을 필요 있음

1. 직업

1) 직업 중 자영업/사업(3)과 전문직(4)
=3으로

2) 주부(5), 무직(6), 기타(7) =4로

2. 소득

1) 300~400만원(4), 400만원 이상(5)
=4로 변경

2-4. 코딩변경

'직업 → 직업집단2' 로 변경

① 문항생성 선택

영화관품질만족

문항선택List 58

숫자변경 문항계산

② 변경 문항 이동

37. 전환의향

38. 전환영화관

39. 전환이유

40. 영화관이용빈도

41. 최근영화관람...

42. 성별

43. 연령

44. 직업

45. 소득

③ 새로 생성될 변수이름 입력

새로운 문항 제목

직업집단2

④ 변경 값 설정

번호	값	보기명	삭제
1	1	학생	삭제
2	2	회사원/공무원	삭제
3	3	사업/전문직	삭제
4	4	주부/무직/기타	삭제

+ 추가

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3-1. 이용특성 분석설정

보고서Reporting | **통계분석Reporting** | ① 클릭

빈도분석 | 집단비교분석 | 척도화분석 | 회귀분석

빈도분석 | 기술통계분석 | 교차분석 | ② 클릭

전체항목 56건 | 전체선택 | 선택취소

48. 영화품질만족도... (집단수:0)	49. 영화관이용만족... (집단수:0)	50. 직원친절만족도... (집단수:0)
51. 직원응대만족도... (집단수:0)	52. 서비스만족도 (집단수:0)	53. 요금제도만족도... (집단수:0)
54. 고객만족도 (집단수:0)	55. 충성도 (집단수:0)	56. 총영화관품질만... (집단수:0)

③ 변수 선택 후 이동

선택변수 8건 | 영역초기화 | 선택삭제

34. 이용영화관 (집단수:4)	35. 지속이용여부 (집단수:2)	36. 이용이유 (집단수:18)
37. 전환의향 (집단수:2)	38. 전환영화관 (집단수:5)	39. 전환이유 (집단수:14)
40. 영화관이용빈도...	41. 최근영화관람시...	

분석초기화 | 분석하기 | ④ 클릭

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3-2. 이용특성 분석 결과

주요+상세 파일저장 ▾ 파일저장 ▾ 파일보관함저장

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
전체		250	100.0
이용영화관	CGV	61	24.4
	프리머스	67	26.8
	롯데시네마	63	25.2
	메가박스	59	23.6
지속이용여부	다른 영화관을 이용하였다	111	44.4
	계속 한 영화관을 이용하였다	139	55.6
	가까워서	50	10.3
	영화관람이 쾌적해서	13	2.7
	영화 관람비가 저렴해서	61	12.6

빈도분석결과
 이용영화관은 프리머스 67명(26.8%), 롯데시네마 63명(25.2%), CGV 61명(24.4%), 메가박스 59명(23.6%)으로 나타났다.

지속이용여부는 계속 한 영화관을 이용하였다 139명(55.6%), 다른 영화관을 이용하였다 111명(44.4%)으로 나타났다.

이용이유는 기타 64명(13.2%), 영화 관람비가 저렴해서 61명(12.6%), 계속 이용하던 영화관이라서 61명(12.6%), 가까워서 50명(10.3%), 인지도가 높아서 39명(8.0%), 브랜드에 신뢰감이 들어서 36명(7.4%), 주위의 평이 좋아서 36명(7.4%), 서비스가 안정적이어서 22명(4.5%), 영상품질이 좋아서 20명(4.1%), 직원이 친절해서 15명(3.1%), 서비스가 안정적이어서 15명(3.1%), 예매·발권이 빨라서 14명(2.9%), 인터넷예매가 편리해서 14명(2.9%), 영화관람이 쾌적해서 13명(2.7%), 직원의 응대가 좋아서 13명(2.7%), 영화관 이용이 편리해서 5명(1.0%), 영화관 시설이 좋아서 5명(1.0%), 부대음식(팝콘·음료 등) 메뉴가 좋아서 2명(0.4%)으로 나타났다.

전환의향는 현재 영화관을 이용할 것이다 170명(68.0%), 다른 영화관을 이용할 것이다 80명(32.0%)으로 나타났다.

전환영화관은 CGV 32명(37.6%), 프리머스 23명(27.1%), 메가박스 13명(15.3%), 기타 9명(10.6%), 롯데시네마 8명(9.4%)으로 나타났다.
(결측값 165개)

전환이유는 주위의 평이 좋아서 27명(14.5%), 가까워서 26명(14.0%), 인지도가 높아서 21명(11.3%), 영화관람비가 저렴해서 19명(10.2%), 영상품질이 좋아서 17명(9.1%), 여러 영화관을 골고루 이용하고 싶어서 16명(8.6%), 서비스가 다양해서 13명(7.0%), 회사에 신뢰감이 들어서 11명(5.9%), 다른 혜택(부가서비스)이 제공되어서 11명(5.9%), 직원이 친절해서 10명(5.4%), 영화관이 전통이 있어서 5명(2.7%), 기타 5명(2.7%), 영화관람이 쾌적해서 3명(1.6%), 부대음식 비용이 적잖아서 2명(1.1%)으로 나타났다.

영화관이용빈도는 2주에 1회 정도 77명(30.8%), 한 달에 1번 정도 66명(26.4%), 2~3달에 1번 정도 47명(18.8%), 주 1회 이상 30명(12.0%), 2~3달에 1번 정도 30명(12.0%)으로 나타났다.

최근영화관람사기는 3달 이전 121명(48.4%), 2달 이내 50명(20.0%), 2주 이내 43명(17.2%), 1달 이내 33명(13.2%), 1주 이내 3명(1.2%)으로 나타났다.

엑셀
한글
워드

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

영화관 시설이 좋아서	5	1.0
-------------	---	-----

3-3. 이용특성 결과정리 및 해석

2. 영화관 이용행동

[주요결과]

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
		전체	250
이용영화관	CGV	61	24.4
	프리머스	67	26.8
	롯데시네마	63	25.2
	메가박스	59	23.6
지속이용여부	다른 영화관을 이용하였다	111	44.4
	계속 한 영화관을 이용하였다	139	55.6
이용이유	가까워서	50	10.3
	영화관람이 쾌적해서	13	2.7
	영화 관람비가 저렴해서	61	12.6
	계속 이용하던 영화관이라서	61	12.6
	영상품질이 좋아서	20	4.1
	예매·발권이 빨라서	14	2.9
	직원이 친절해서	15	3.1
	인터넷예매가 편리해서	14	2.9
	인지도가 높아서	39	8.0
	영화관 이용이 편리해서	5	1.0
	1서비스가 안정적이어서	22	4.5
	1직원의 응대가 좋아서	13	2.7
	1브랜드에 신뢰감이 들어서	36	7.4
	1서비스가 안정적이어서	15	3.1
	1부대음식(팝콘·음료 등) 메뉴가 좋아서	2	0.4
	전환의향	1주위의 평이 좋아서	36
1영화관 시설이 좋아서		5	1.0
1기타		64	13.2
다른 영화관을 이용할 것이다		80	32.0
전환영화관	현재 영화관을 이용할 것이다	170	68.0
	CGV	32	37.6
	프리머스	23	27.1
	롯데시네마	8	9.4
전환이유	메가박스	13	15.3
	기타	9	10.6
	영화관람비가 저렴해서	19	10.2
	가까워서	26	14.0
	인지도가 높아서	21	11.3
	주위의 평이 좋아서	27	14.5
	영화관이 전통이 있어서	5	2.7
	영화관람이 쾌적해서	3	1.6
	직원이 친절해서	10	5.4
	서비스가 다양해서	13	7.0
전환이유	영상품질이 좋아서	17	9.1
	회사에 신뢰감이 들어서	11	5.9
	1여러 영화관을 골고루 이용	16	8.6

	하고 싶어서		
	1부대음식 비용이 적함해서	2	1.1
영화관이용빈도	1다른 혜택(부가서비스)이 제공되어서	11	5.9
	1기타	5	2.7
	주 1회 이상	30	12.0
	2주에 1회 정도	77	30.8
최근영화관람시기	한 달에 1번 정도	66	26.4
	2~3달에 1번 정도	47	18.8
	2~3달에 1번 정도	30	12.0
	1주 이내	3	1.2
	2주 이내	43	17.2
	1달 이내	33	13.2
	2달 이내	50	20.0
	3달 이전	121	48.4

빈도분석결과

이용영화관은 프리머스 67명(26.8%), 롯데시네마 63명(25.2%), CGV 61명(24.4%), 메가박스 59명(23.6%)으로 나타났다.

지속이용여부는 계속 한 영화관을 이용하였다 139명(55.6%), 다른 영화관을 이용하였다 111명(44.4%)으로 나타났다.

이용이유는 기타 64명(13.2%), 영화 관람비가 저렴해서 61명(12.6%), 계속 이용하던 영화관이라서 61명(12.6%), 가까워서 50명(10.3%), 인지도가 높아서 39명(8.0%), 브랜드에 신뢰감이 들어서 36명(7.4%), 주위의 평이 좋아서 36명(7.4%), 서비스가 안정적이어서 22명(4.5%), 영상품질이 좋아서 20명(4.1%), 직원이 친절해서 15명(3.1%), 서비스가 안정적이어서 15명(3.1%), 예매·발권이 빨라서 14명(2.9%), 인터넷예매가 편리해서 14명(2.9%), 영화관람이 쾌적해서 13명(2.7%), 직원의 응대가 좋아서 13명(2.7%), 영화관 이용이 편리해서 5명(1.0%), 영화관 시설이 좋아서 5명(1.0%), 부대음식(팝콘·음료 등) 메뉴가 좋아서 2명(0.4%)으로 나타났다.

전환의향은 현재 영화관을 이용할 것이다 170명(68.0%), 다른 영화관을 이용할 것이다 80명(32.0%)으로 나타났다.

전환영화관은 CGV 32명(37.6%), 프리머스 23명(27.1%), 메가박스 13명(15.3%), 기타 9명(10.6%), 롯데시네마 8명(9.4%)으로 나타났다. (결측값 165개)

전환이유는 주위의 평이 좋아서 27명(14.5%), 가까워서 26명(14.0%), 인지도가 높아서 21명(11.3%), 영화관람비가 저렴해서 19명(10.2%), 영상품질이 좋아서 17명(9.1%), 여러 영화관을 골고루 이용하고 싶어서 16명(8.6%), 서비스가 다양해서 13명(7.0%), 회사에 신뢰감이 들어서 11명(5.9%), 다른 혜택(부가서비스)이 제공되어서 11명(5.9%), 직원이 친절해서 10명(5.4%), 영화관이 전통이 있어서 5명(2.7%), 기타 5명(2.7%), 영화관람이 쾌적해서 3명(1.6%), 부대음식 비용이 적함해서 2명(1.1%)으로 나타났다.

영화관이용빈도는 2주에 1회 정도 77명(30.8%), 한 달에 1번 정도 66명(26.4%), 2~3달에 1번 정도 47명(18.8%), 주 1회 이상 30명(12.0%), 2~3달에 1번 정도 30명(12.0%)으로 나타났다.

최근영화관람시기는 3달 이전 121명(48.4%), 2달 이내 50명(20.0%), 2주 이내 43명(17.2%), 1달 이내 33명(13.2%), 1주 이내 3명(1.2%)으로 나타났다.

1-1. 분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

- 연속형 자료의 평균/표준편차/왜도&첨도를 구하는 분석방법
- 연속형 자료(등간척도와 비율척도)가 분석의 대상

구분	명수	평균	표준편차	왜도	첨도	표준오차
평균월급	400	342.2	33.4	2.23	4.32	1.67

나. 분석목적

- 연속형 자료의 중심성(평균 등), 자료의 퍼짐(표준편차/분산 등), 치우침과 뾰족함(왜도/첨도) 등의 특성 요약을 파악
- 왜도는 절대값 2, 첨도는 절대값 7보다 작을 경우 정규성에 위배되지 않는다고 봄(west etal)

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-2. 연속형 자료의 통계량



1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-1. 분석설정

① 클릭

② 클릭

③ 변수 선택 후 이동

④ 클릭

보고서Reporting | 통계분석Reporting | 기술통계분석 | 집단비교분석 | 척도화분석 | 회귀분석

빈도분석 | 기술통계분석 | 교차분석

전체항목 56건 | 전체선택 | 선택취소

선택변수 56건 | 영역초기화 | 선택삭제

<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x
1. 영화품질만족1 (집단수:5)	2. 영화품질만족2 (집단수:5)	3. 영화품질만족3 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x
4. 영화품질만족4 (집단수:5)	5. 영화관만족1 (집단수:5)	6. 영화관만족2 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x	<input type="checkbox"/> 보기형 x

분석초기화 | 분석하기

2-2. 분석결과

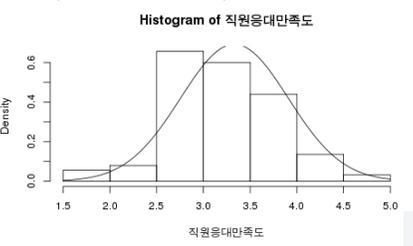
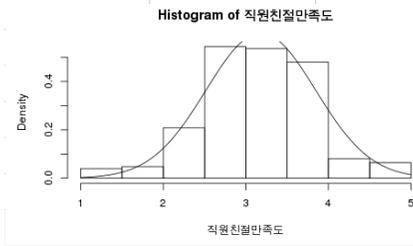
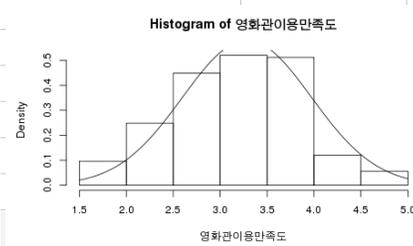
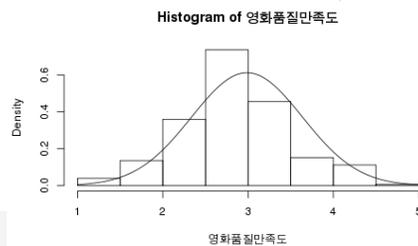
주요+상세 파일저장 ▶ 파일저장 ▶ 파일보관함저장

엑셀
한글
워드

① 문서로 바로 저장

변수	N	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
영화품질만족1	250	1	5	3.34	0.89	0.03	-0.65
영화품질만족2	250	1	5	3.00	0.85	-0.12	-0.01
영화품질만족3	250	1	5	2.87	0.87	0.22	-0.02
영화품질만족4	250	1	5	2.74	0.88	0.08	-0.03
영화관만족1	250	1	5	3.59	0.82	-0.32	-0.16
영화관만족2	250	1	5	3.34	0.86	-0.17	-0.13
영화관만족3	250	1	5	3.18	0.88	-0.03	-0.35
영화관만족4	250	1	5	3.04	0.90	-0.18	-0.36
직원친절만족1	250	1	5	3.42	0.88	-0.29	-0.30
직원친절만족2	250	1	5	3.14	0.85	-0.07	0.06
직원친절만족3	250	1	5	3.11	0.94	-0.04	-0.28
직원친절만족4	250	1	5	3.22	0.93	-0.32	-0.35
직원친절만족5	250	1	5	3.09	0.86	-0.01	0.17
직원친절만족6	250	1	5	3.07	0.8		
직원친절만족7	250	1	5	3.23	0.8		
직원응대만족1	250	1	5	3.50	0.71	-0.28	0.53

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!



1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2-3. 결과정리 및 해석

3. 문항의 기술통계분석

[주요결과]

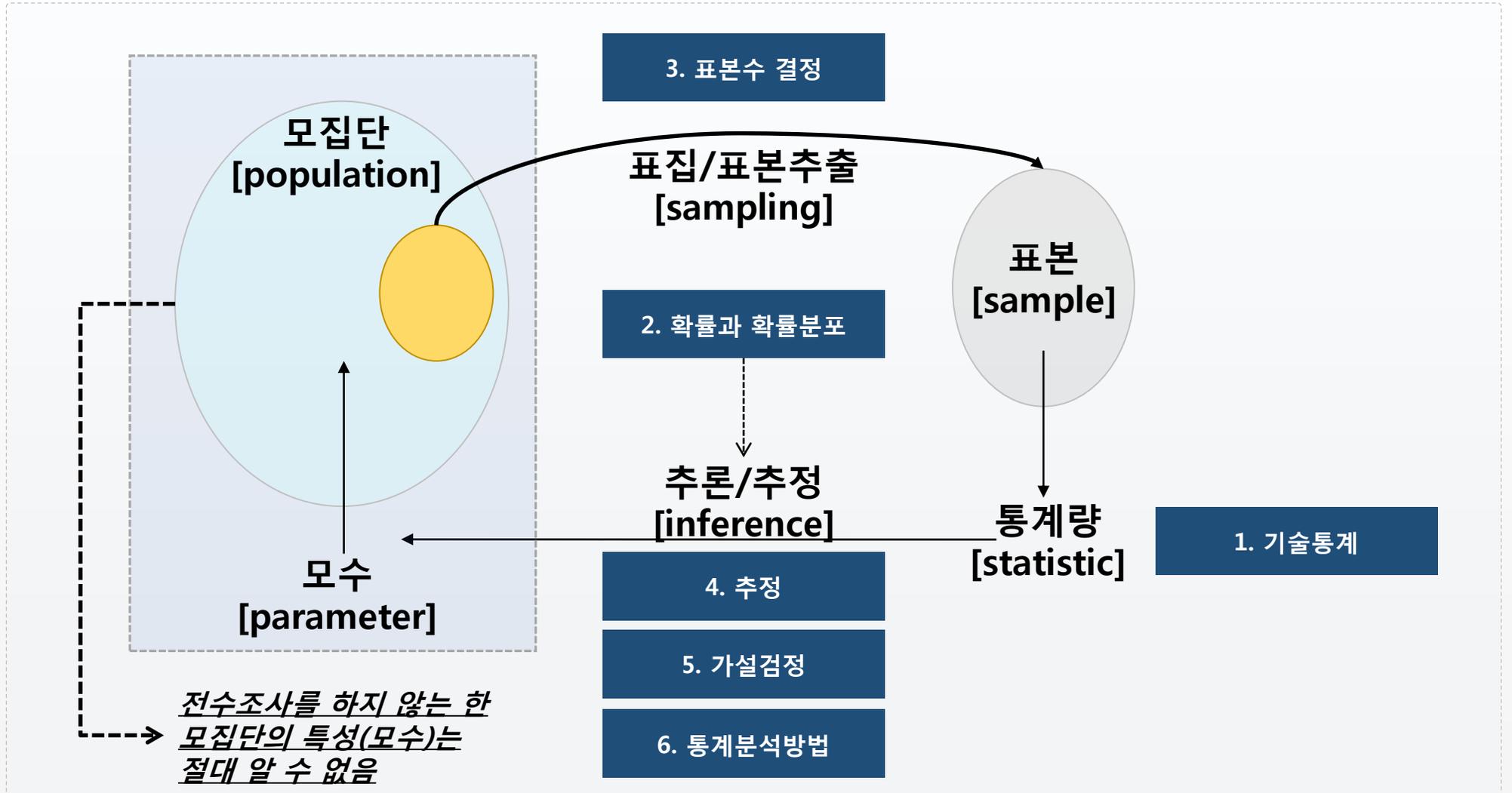
변수	N	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
영화품질만족1	250	1	5	3.34	0.89	0.03	-0.65
영화품질만족2	250	1	5	3.00	0.85	-0.12	-0.01
영화품질만족3	250	1	5	2.87	0.87	0.22	-0.02
영화품질만족4	250	1	5	2.74	0.88	0.08	-0.03
영화관만족1	250	1	5	3.59	0.82	-0.32	-0.16
영화관만족2	250	1	5	3.34	0.86	-0.17	-0.13
영화관만족3	250	1	5	3.18	0.88	-0.03	-0.35
영화관만족4	250	1	5	3.04	0.90	-0.18	-0.36
직원친절만족1	250	1	5	3.42	0.88	-0.29	-0.30
직원친절만족2	250	1	5	3.14	0.85	-0.07	0.06
직원친절만족3	250	1	5	3.11	0.94	-0.04	-0.28
직원친절만족4	250	1	5	3.22	0.93	-0.32	-0.35
직원친절만족5	250	1	5	3.09	0.86	-0.01	0.17
직원친절만족6	250	1	5	3.07	0.86	-0.32	-0.04
직원친절만족7	250	1	5	3.23	0.84	-0.13	0.41
직원응대만족1	250	1	5	3.50	0.71	-0.28	0.53
직원응대만족2	250	2	5	3.17	0.78	0.21	-0.38
직원응대만족3	250	1	5	3.32	0.75	0.05	-0.03
직원응대만족4	250	1	5	3.33	0.73	-0.10	0.29
서비스만족1	250	1	5	3.44	0.77	-0.30	0.09
서비스만족2	250	1	5	3.32	0.84	-0.33	0.24
서비스만족3	250	1	5	3.10	0.82	0.04	0.06
요금제도만족1	250	1	5	2.69	0.96	0.34	-0.16
요금제도만족2	250	1	5	2.69	0.89	0.03	-0.23
요금제도만족3	250	1	5	2.50	0.91	0.29	-0.07
고객만족도1	250	1	5	3.50	0.85	-0.28	0.18
고객만족도2	250	1	5	3.31	0.87	-0.05	-0.13
고객만족도3	250	1	5	3.29	0.82	0.12	-0.11
고객만족도4	250	1	5	3.08	0.76	0.14	0.49
고객만족도5	250	1	5	3.25	0.76	0.00	0.08
충성도1	250	1	5	3.24	1.04	-0.31	-0.41
충성도2	250	1	5	2.90	0.99	0.04	-0.47
충성도3	250	1	5	2.87	1.10	0.09	-0.53
영화품질만족도	250	1	5	2.99	0.65	0.12	0.46
영화관이용만족도	250	1.5	5	3.29	0.69	-0.04	-0.29
직원친절만족도	250	1	4.86	3.18	0.67	-0.27	0.75
직원응대만족도	250	1.5	5	3.33	0.58	0.13	0.45
서비스만족도	250	1	5	3.29	0.67	-0.46	0.41
요금제도만족도	250	1	5	2.63	0.80	0.07	0.01
고객만족도	250	1.4	5	3.28	0.67	0.09	0.42
충성도	250	1	5	3.09	0.56	-0.25	1.77
총영화관품질만족	250	1.64	4.6	3.14	0.48	0.07	0.97

기술통계분석결과

영화품질만족1 평균 3.34(표준편차 0.89), 영화품질만족2 평균 3.00(표준편차 0.85), 영화품질만족3 평균 2.87(표준편차 0.87), 영화품질만족4 평균 2.74(표준편차 0.88), 영화관만족1 평균 3.59(표준편차 0.82), 영화관만족2 평균 3.34(표준편차 0.86), 영화관만족3 평균 3.18(표준편차 0.88), 영화관만족4 평균 3.04(표준편차 0.90), 직원친절만족1 평균 3.42(표준편차 0.88), 직원친절만족2 평균 3.14(표준편차 0.85), 직원친절만족3 평균 3.11(표준편차 0.94), 직원친절만족4 평균 3.22(표준편차 0.93), 직원친절만족5 평균 3.09(표준편차 0.86), 직원친절만족6 평균 3.07(표준편차 0.86), 직원친절만족7 평균 3.23(표준편차 0.84), 직원응대만족1 평균 3.50(표준편차 0.71), 직원응대만족2 평균 3.17(표준편차 0.78), 직원응대만족3 평균 3.32(표준편차 0.75), 직원응대만족4 평균 3.33(표준편차 0.73), 서비스만족1 평균 3.44(표준편차 0.77), 서비스만족2 평균 3.32(표준편차 0.84), 서비스만족3 평균 3.10(표준편차 0.82), 요금제도만족1 평균 2.69(표준편차 0.96), 요금제도만족2 평균 2.69(표준편차 0.89), 요금제도만족3 평균 2.50(표준편차 0.91), 고객만족도1 평균 3.50(표준편차 0.85), 고객만족도2 평균 3.31(표준편차 0.87), 고객만족도3 평균 3.29(표준편차 0.82), 고객만족도4 평균 3.08(표준편차 0.76), 고객만족도5 평균 3.25(표준편차 0.76), 충성도1 평균 3.24(표준편차 1.04), 충성도2 평균 2.90(표준편차 0.99), 충성도3 평균 2.87(표준편차 1.10), 영화품질만족도 평균 2.99(표준편차 0.65), 영화관이용만족도 평균 3.29(표준편차 0.69), 직원친절만족도 평균 3.18(표준편차 0.67), 직원응대만족도 평균 3.33(표준편차 0.58), 서비스만족도 평균 3.29(표준편차 0.67), 요금제도만족도 평균 2.63(표준편차 0.80), 고객만족도 평균 3.28(표준편차 0.67), 충성도 평균 3.09(표준편차 0.56), 총영화관품질만족 평균 3.14(표준편차 0.48)로 나타났다.

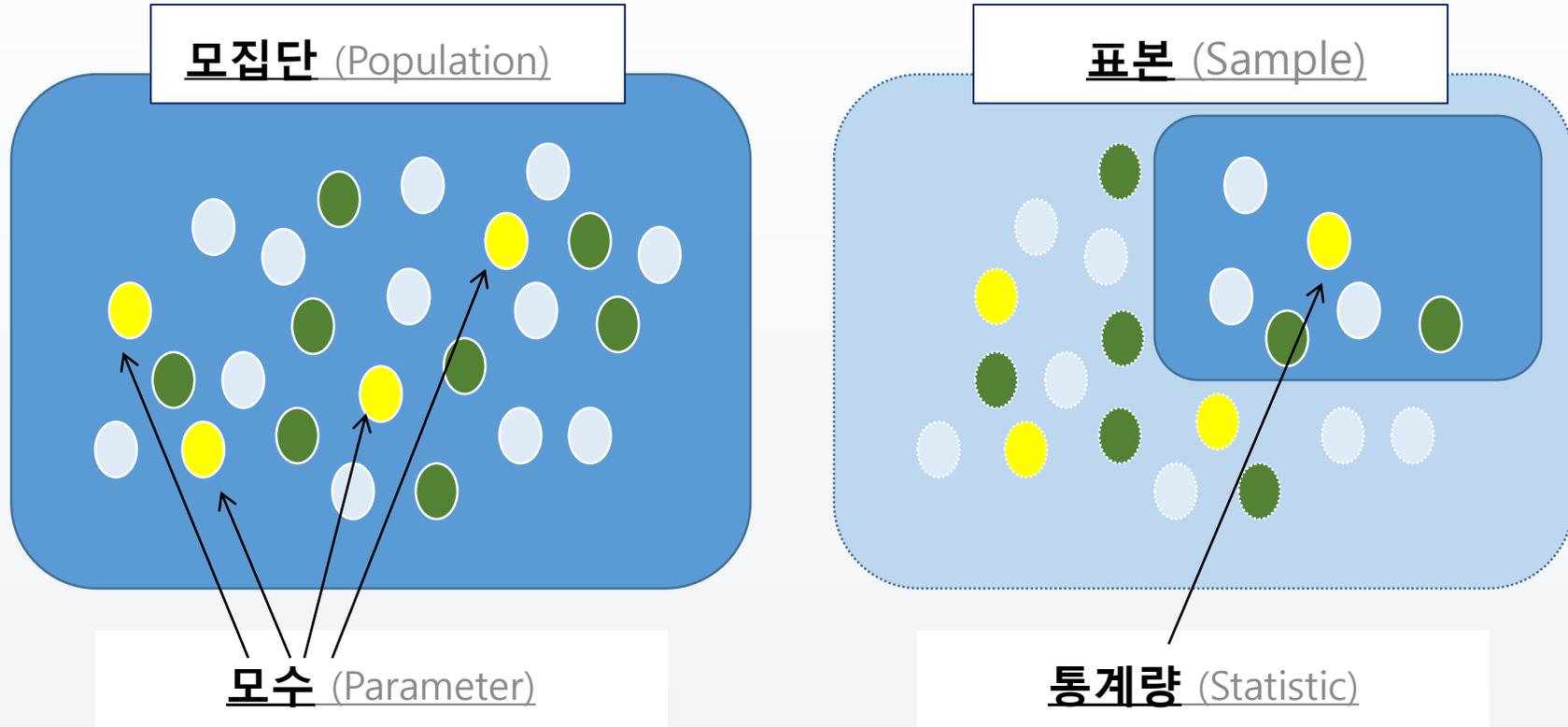
모든 문항이 정상적 범위 내에 있으며
왜도/첨도 절대값 2 미만으로 정규성을 위배하지 않음

1-1. 모집단과 표본



1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-2. 가설의 개념



1. 전수조사가 가능하다면, '추정'이 필요 없다.
2. 일부 표본으로 얻어진 추정결과에는 항상 오차가 발생할 수 있다.

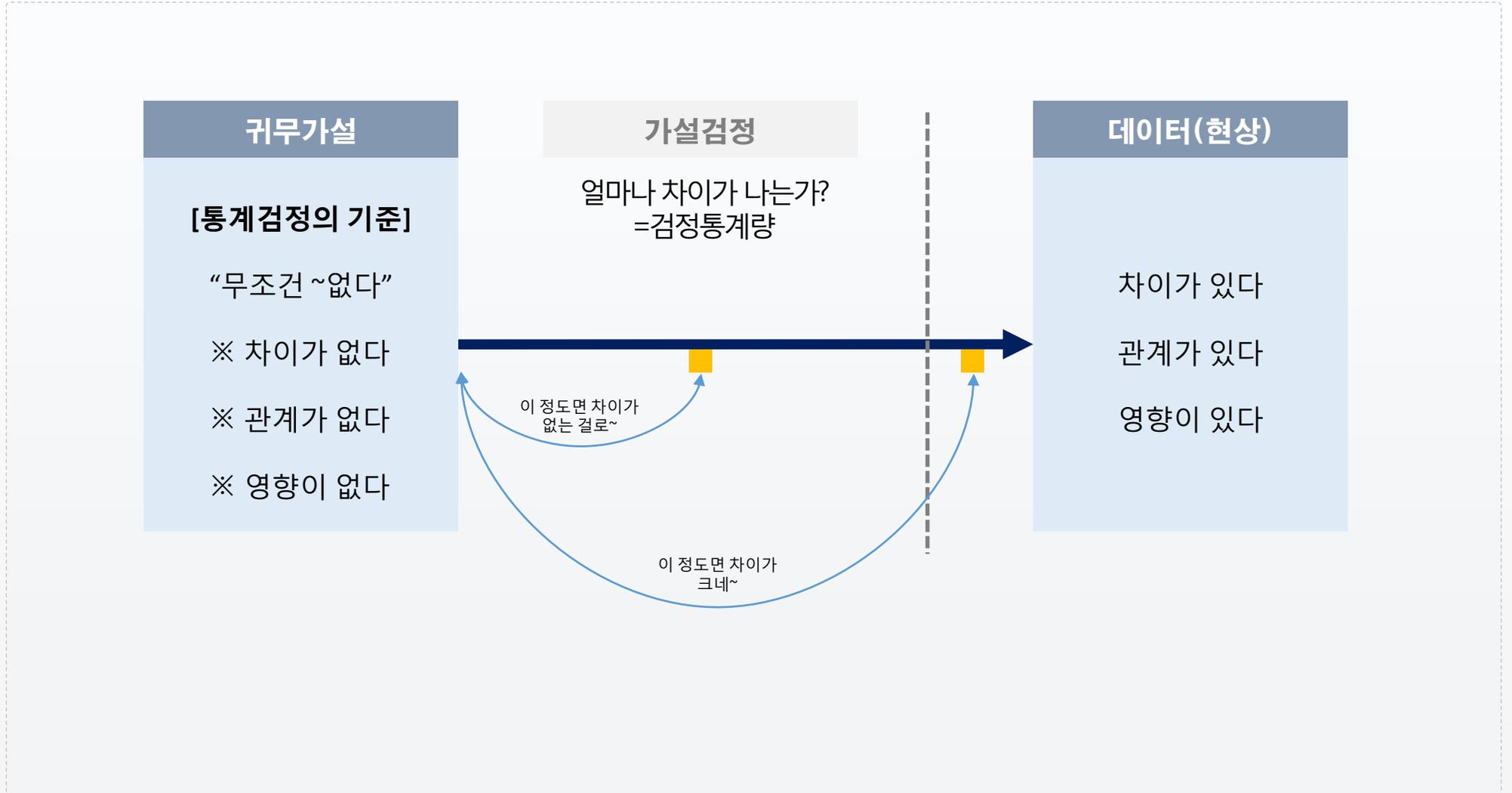
1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-1. 모집단과 표본

- **가설(hypothesis)**이란 '아직 경험적으로 검증되지 않은 일종의 예비이론으로서 둘 혹은 그 이상의 변인들 간의 추측적 진술로서 독립변수와 종속변수의 관계'
- 가설은 **귀무가설(null hypothesis)**과 **대립가설(alternative hypothesis)**로 나뉨.

가설의 유형		
유형	가설	가설적 표현의 예시
차이의 가설	귀무가설(영가설)	성별에 따라서 행복에 차이가 없다(없을 것이다)
	대립가설(연구가설)	성별에 따라서 행복에 차이가 있다(있을 것이다)
관계의 가설	귀무가설(영가설)	소득과 행복은 상관관계가 없다(없을 것이다)
	대립가설(연구가설)	소득과 행복은 상관관계가 있다(있을 것이다)
영향의 가설	귀무가설(영가설)	소득은 행복에 영향이 없다(영향을 미치지 않는다)
	대립가설(연구가설)	소득은 행복에 영향이 있다(영향을 미친다)

1-3. 귀무가설과 대립가설

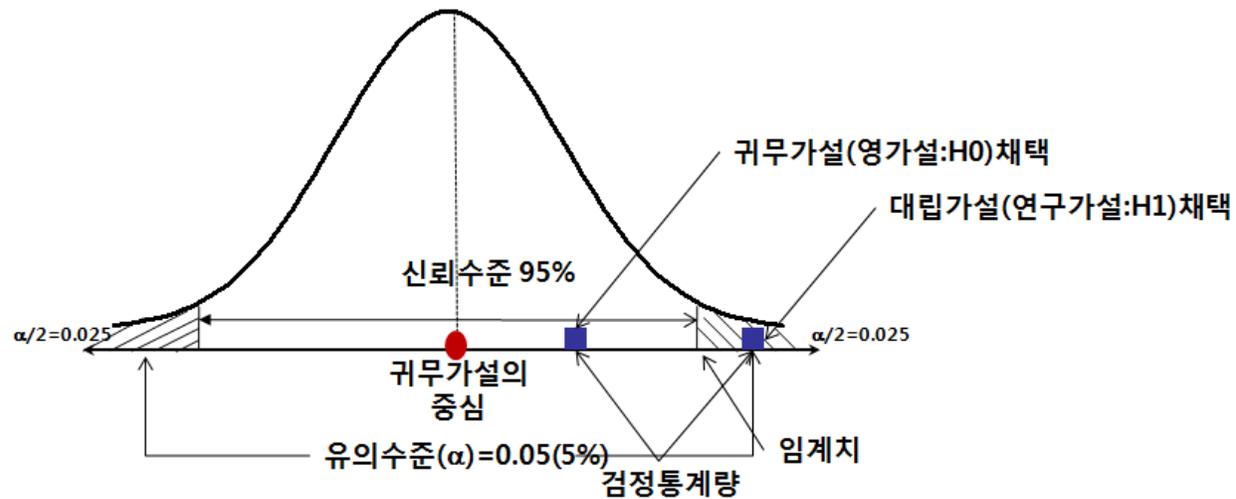


1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-4. 가설검정

- **가설검정(hypothesis test)**: 표본으로부터 얻은 사실에 근거하여, 모집단에 이 가설이 맞는지 틀리는지를 통계적으로 검정하는 분석방법
- **가설을 검정한다**: 귀무가설과 표본에서 수집된 데이터 간의 차이 정도를 판단하여 귀무가설을 채택할지 혹은 기각할지를 판단하는 것
- **검정통계량**: 실제 현상(수집된 데이터)이 판단의 기준이 되는 귀무가설(~없다)과 얼마나 차이가 나타나는지를 계산한 값
- **신뢰수준(confidence level) 혹은 신뢰구간**: 귀무가설을 여전히 신뢰(채택)할만한 구간

가설과 통계량의 개념



1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1-5. 유의확률

- 귀무가설을 기준으로 데이터가 차이·관계·영향 정도가 나타나는 정도를 확률의 값으로 표현한 것

결과1: 대선 후보의 지지율을 파악하기 위해 전국 성인남녀 1,000명을 조사한 결과 지지율은 A후보: 45%, B후보 41%이며, 본 조사는 신뢰수준 95%, 표집오차 3.0%로 나타났다. 두 A후보가 B후보를 앞선다고 말할 수 있는가?

결과2: 대선 후보의 지지율을 파악하기 위해 전국 성인남녀 1,000명을 조사한 결과 지지율은 A후보: 47%, B후보 40%이며, 본 조사는 신뢰수준 95%, 표집오차 3.0%로 나타났다. 두 A후보가 B후보를 앞선다고 말할 수 있는가?

유의성에 대한 결과의 의미		
후보	결과1	결과2
A후보	42% ~48%	44% ~50%
B후보	38%~ 44%	37%~ 43%
의미	다른 표본(혹은 모집단 전체)을 조사하면 결과가 뒤바뀔 수도 있다	다른 표본(혹은 모집단 전체)을 조사해도 결과는 뒤바뀌지 않는다
통계적 표현	통계적으로 유의하지 않다	통계적으로 유의하다

- 척도와 분석방법과의 관계
- 종합사례연구
- DataIN으로 자료등록하기
- 빈도분석
- 기술통계분석
- 가설과 통계량
- 교차분석
- 신뢰도 분석과 요인분석
- t-test 분석
- 분산분석
- 상관관계분석
- 선형회귀분석
- 매개회귀분석
- 조절회귀분석
- 로지스틱회귀분석

1-6. 분석방법별 검정통계량

분석방법	독립 - 종속	귀무가설(H0)/대립가설(H1)	검정통계량	p
교차분석	범주-범주	H0: 독립변수에 따라 종속변수에는 차이가 없다. H1: 독립변수에 따라 종속변수는 차이가 있다.	χ^2	$P < 0.05$ → 대립
독립표본 t-test	범주-연속	H0: 독립변수에 따라 종속변수에는 차이가 없다. H1: 독립변수에 따라 종속변수는 차이가 있다.	t-value	$P < 0.05$ → 대립
분산분석	범주-연속	H0: 독립변수에 따라 종속변수에는 차이가 없다. H1: 독립변수에 따라 종속변수는 차이가 있다.	F-value	$P < 0.05$ → 대립
상관관계 분석	연속-연속	H0: 독립변수와 종속변수는 상관관계가 없다. H1: 독립변수와 종속변수는 상관관계가 있다.	r(rho)	$P < 0.05$ → 대립
회귀분석	연속-연속	H0: 독립변수는 종속변수에 영향을 미치지 않는다. H1: 독립변수는 종속변수에 영향을 미친다.	F-value t-value	$P < 0.05$ → 대립

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataIN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1-1. 분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

- 명목자료를 이용하여 두 변수간의 상호관련성을 알아보고자 할 때
- 분석기법과 해석이 비교적 쉽지만, 실제로 정치·여론조사, 마케팅조사 등에서 가장 널리 사용되는 통계분석방법

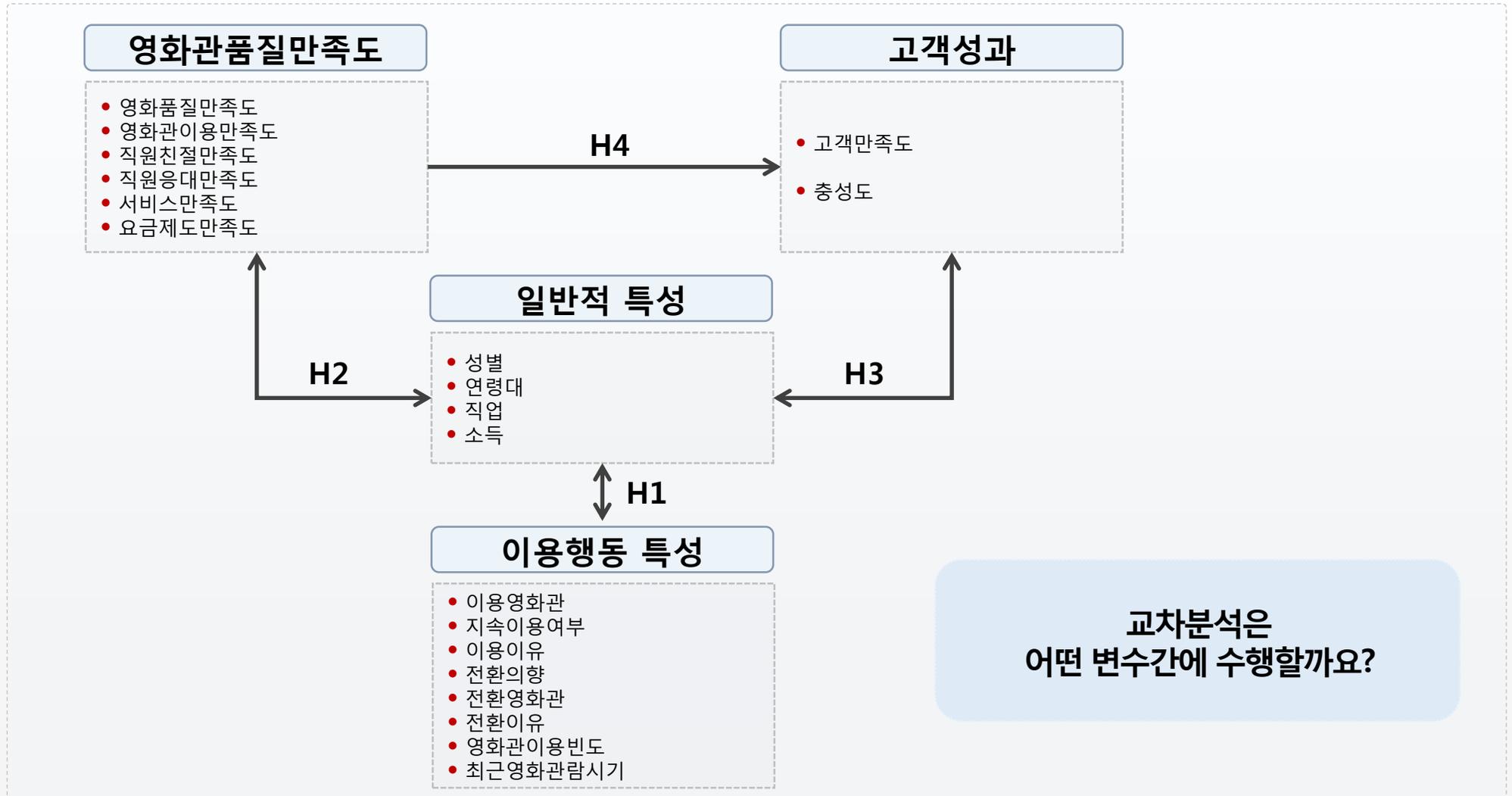
구분	샤넬	루이비통	구찌	기타	전체
직장인	40%	25%	15%	20%	100%
주부	55%	30%	10%	5%	100%
학생	35%	35%	15%	15%	100%
기타	30%	40%	10%	10%	100%
전체	40%	325%	125%	125%	1000%

나. 교차분석의 가설 및 검정통계량

- 귀무가설: 소비자의 직업에 따라 선호하는 명품가방에 차이가 없다
- 대립가설: 소비자의 직업에 따라 선호하는 명품가방에 차이가 있다
- 검정통계량: χ^2 , 자유도: df 이를 고려하여, 유의확률(p)의 계산

교차분석

1-2. 분석대상 변수/모형



1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

2-1. 분석설정

① 클릭

보고서Reporting | 통계분석Reporting

교차분석 | 집단비교분석 | 척도화분석 | 회귀분석

빈도분석 | 기술통계분석 | 교차분석

빈도+비율 | 백분율기준: 행비율(%) 열비율(%)

② 클릭

분석초기화 | 분석하기

전체항목 54건

전체선택 | 선택취소

(집단수:5) (집단수:5) (집단수:5)

31. 총성도1 (집단수:5) 32. 총성도2 (집단수:5) 33. 총성도3 (집단수:5)

44. 직업 (집단수:7) 45. 소득 (집단수:5) 48. 영화품질만족도... (집단수:0)

③ 변수 선택 후 이동

행변수 4건

42. 성별 (집단수:2) 43. 연령 (집단수:4) 46. 소득집단 (집단수:4)

열변수 6건

34. 이용영화관 (집단수:4) 35. 지속이용여부 (집단수:2) 37. 전환의향 (집단수:2)

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

교차분석

2-2. 분석결과

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

주요+상세 파일저장 | 파일저장 | 파일보관함저장

변수	구분	전체	이차				x ² (p)
			CGV	프리미스	메가박스	기타	
성별	남성	250(100.0)	61(24.4)	67(26.8)	63(25.2)	59(23.6)	x ² = 0.015 p= 0.171
	여성	133(53.2)	39(29.3)	37(27.8)	29(21.8)	20(15.1)	
연령	10대	48(19.2)	11(22.9)	11(22.9)	12(25.0)	14(29.2)	x ² =14.829 p= 0.096
	20대	79(31.6)	16(20.3)	20(25.4)	17(21.5)	18(22.8)	
	30대	72(29.8)	17(23.3)	22(29.6)	15(20.8)	18(25.8)	
	40대 이상	51(20.4)	17(33.3)	6(11.8)	19(37.3)	9(17.6)	
소득집단	100만원 미만	59(23.6)	10(16.3)	19(32.2)	16(27.1)	14(23.7)	x ² = 0.615 p= 0.474
	100~200만 이내	88(35.2)	24(27.3)	29(32.1)	17(19.3)	24(27.3)	
	200~300만 이내	62(24.8)	14(22.6)	17(27.4)	16(25.8)	15(24.2)	
	300만원 이상	41(16.4)	13(31.7)	9(19.5)	14(34.1)	6(14.6)	
직업집단	학생	88(35.2)	29(26.1)	29(26.1)	29(26.1)	29(26.1)	x ² =11.614 p= 0.234
	회사원/공무원	99(39.6)	21(21.2)	32(32.3)	22(22.2)	24(24.2)	
	사업/전문직	28(11.2)	11(39.3)	9(17.3)	4(14.3)	8(28.6)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	6(17.1)	7(20.0)	14(40.0)	8(22.9)	

① 문서로 바로 저장

* p(0.05 ** p(0.01 *** p(0.001)

각 변수의 연속이용여부간의 교차분석 결과
성별과 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.171).
연령과 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.096).
소득집단의 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.474).

변수	구분	전체	지속이용여부		x ² (p)
			다른 영화관을 이용하였다	계속 한 영화관을 이용하였다	
성별	남성	250(100.0)	111(44.4)	139(55.6)	x ² = 0.214 p= 0.601
	여성	133(53.2)	57(42.9)	76(57.1)	
연령	10대	48(19.2)	22(45.8)	26(54.2)	x ² = 3.420 p= 0.331
	20대	79(31.6)	39(49.4)	40(50.6)	
	30대	72(29.8)	33(45.8)	39(54.2)	
	40대 이상	51(20.4)	17(33.3)	34(66.7)	
소득집단	100만원 미만	59(23.6)	20(33.9)	39(66.1)	x ² = 9.899 p= 0.028 *
	100~200만 이내	88(35.2)	50(56.8)	38(43.2)	
	200~300만 이내	62(24.8)	24(38.7)	38(61.3)	
	300만원 이상	41(16.4)	17(41.5)	24(58.5)	
직업집단	학생	88(35.2)	38(43.2)	50(56.8)	x ² = 1.622 p= 0.654
	회사원/공무원	99(39.6)	42(42.4)	57(57.6)	
	사업/전문직	28(11.2)	12(42.9)	16(57.1)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	19(54.3)	16(45.7)	

* p(0.05 ** p(0.01 *** p(0.001)

각 변수의 연속이용여부간의 교차분석 결과
성별과 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.601).
연령과 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.331).
소득집단의 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.028).
100~200만 이내는 다른 집단에 비해 다른 영화관을 이용하였기에 대한 응답비율이 높게 나타났다.
100만원 미만은 다른 집단에 비해 계속 한 영화관을 이용하였기에 대한 응답비율이 높게 나타났다.
직업집단의 연속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.654).

변수	구분	전체	관람여부		x ² (p)
			다른 영화관을 이용할 것이다	한 번 영화관을 이용할 것이다	
연령	10대	250(100.0)	80(32.0)	170(68.0)	x ² = 2.185 p= 0.139
	20대	133(53.2)	48(36.1)	85(63.9)	
	30대	117(46.0)	32(27.4)	85(72.6)	
	40대 이상	48(19.2)	11(22.9)	37(77.1)	
소득집단	100만원 미만	48(19.2)	28(25.4)	51(64.6)	x ² = 2.505 p= 0.474
	100~200만 이내	79(31.6)	25(34.7)	47(65.3)	
	200~300만 이내	72(29.8)	16(31.4)	35(68.6)	
	300만원 이상	51(20.4)	23(29.8)	36(61.0)	
직업집단	100~200만 이내	88(35.2)	29(33.0)	59(67.0)	x ² = 4.299 p= 0.231
	200~300만 이내	62(24.8)	20(32.3)	42(67.7)	
	300만원 이상	41(16.4)	8(19.5)	33(80.5)	
	학생	88(35.2)	21(23.9)	67(76.1)	
직업집단	회사원/공무원	99(39.6)	40(40.4)	59(59.6)	x ² = 6.704 p= 0.082
	사업/전문직	28(11.2)	10(35.7)	18(64.3)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	9(25.7)	26(74.3)	

* p(0.05 ** p(0.01 *** p(0.001)

각 변수의 관람여부간의 교차분석 결과
성별과 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.139).
연령과 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.474).
소득집단의 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.231).
직업집단의 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.082).

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

변수	구분	전체	관람여부(관객 165)						x ² (p)
			CGV	프리미스	메가박스	기타	기타	기타	
성별	남성	250(100.0)	32(37.6)	23(27.1)	8(9.4)	13(15.3)	9(10.6)	x ² =13.161 p= 0.011 *	
	여성	133(53.2)	22(44.0)	11(22.0)	8(16.0)	7(14.0)	2(4.0)		
연령	10대	48(19.2)	10(20.8)	12(24.9)	9(18.8)	8(17.1)	7(20.0)	x ² =17.394 p= 0.135	
	20대	79(31.6)	41(36.4)	19(19.1)	3(27.3)	2(18.2)	1(9.1)		
	30대	72(29.8)	11(36.7)	11(36.7)	3(10.0)	3(10.0)	4(13.3)		
	40대 이상	51(20.4)	6(24.0)	10(40.0)	3(12.0)	4(16.0)	2(8.0)		
소득집단	100만원 미만	59(23.6)	19(22.4)	11(51.9)	1(5.3)	1(5.3)	4(21.1)	x ² =17.591 p= 0.129	
	100~200만 이내	88(35.2)	25(29.4)	10(14.0)	6(24.0)	3(12.0)	3(12.0)		
	200~300만 이내	62(24.8)	7(21.9)	10(31.3)	4(12.5)	5(15.6)	6(18.0)		
	300만원 이상	41(16.4)	8(40.0)	7(35.0)	1(5.0)	1(5.0)	9(45.0)		
직업집단	학생	88(35.2)	7(8.5)	7(8.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(12.5)	x ² =17.753 p= 0.123	
	회사원/공무원	99(39.6)	11(14.7)	11(14.7)	3(13.0)	3(13.0)	2(8.7)		
	사업/전문직	28(11.2)	12(30.0)	15(37.5)	3(7.5)	9(22.5)	1(2.5)		
	주부/무직/기타	35(14.0)	11(12.9)	5(5.5)	4(16.4)	0(0.0)	1(3.1)		

* p(0.05 ** p(0.01 *** p(0.001)

각 변수의 관람여부간의 교차분석 결과
성별과 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.011).
연령과 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.135).
소득집단의 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.129).
직업집단의 관람여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.123).

2-3. 결과정리 및 해석

4. 응답자 특성에 따른 이용행동 차이

[주요결과]

변수	구분	전체	이용영화관				$\chi^2(p)$
			CGV	프리머스	롯데시네마	메가박스	
성별	전체	250(100.0)	61(24.4)	67(26.8)	63(25.2)	59(23.6)	$\chi^2= 5.015$ $p= 0.171$
	남성	133(53.2)	39(29.3)	37(27.8)	29(21.8)	28(21.1)	
연령	여성	117(46.8)	22(18.8)	30(25.6)	34(29.1)	31(26.5)	$\chi^2= 14.829$ $p= 0.096$
	10대	48(19.2)	11(22.9)	11(22.9)	12(25.0)	14(29.2)	
	20대	79(31.6)	16(20.3)	28(35.4)	17(21.5)	18(22.8)	
	30대	72(28.8)	17(23.6)	22(30.6)	15(20.8)	18(25.0)	
소득집단	40대 이상	51(20.4)	17(33.3)	6(11.8)	19(37.3)	9(17.6)	$\chi^2= 8.615$ $p= 0.474$
	100만원 미만	59(23.6)	10(16.9)	19(32.2)	16(27.1)	14(23.7)	
	100~200만 이내	88(35.2)	24(27.3)	23(26.1)	17(19.3)	24(27.3)	
	200~300만 이내	62(24.8)	14(22.6)	17(27.4)	16(25.8)	15(24.2)	
직업집단	300만원 이상	41(16.4)	13(31.7)	8(19.5)	14(34.1)	6(14.6)	$\chi^2= 11.614$ $p= 0.236$
	학생	88(35.2)	23(26.1)	23(26.1)	23(26.1)	19(21.6)	
	회사원/공무원	99(39.6)	21(21.2)	32(32.3)	22(22.2)	24(24.2)	
	사업/전문직	28(11.2)	11(39.3)	5(17.9)	4(14.3)	8(28.6)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	6(17.1)	7(20.0)	14(40.0)	8(22.9)	

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

각 변수와 이용영화관간의 교차분석 결과

성별과 이용영화관간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.171$).연령과 이용영화관간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.096$).소득집단과 이용영화관간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.474$).직업집단과 이용영화관간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.236$).

변수	구분	전체	지속이용여부		$\chi^2(p)$
			다른 영화관을 이용하였다	계속 한 영화관을 이용하였다	
성별	전체	250(100.0)	111(44.4)	139(55.6)	$\chi^2= 0.274$ $p= 0.601$
	남성	133(53.2)	57(42.9)	76(57.1)	
연령	여성	117(46.8)	54(46.2)	63(53.8)	$\chi^2= 3.420$ $p= 0.331$
	10대	48(19.2)	22(45.8)	26(54.2)	
	20대	79(31.6)	39(49.4)	40(50.6)	
	30대	72(28.8)	33(45.8)	39(54.2)	
소득집단	40대 이상	51(20.4)	17(33.3)	34(66.7)	$\chi^2= 9.089$ $p= 0.028$ *
	100만원 미만	59(23.6)	20(33.9)	39(66.1)	
	100~200만 이내	88(35.2)	50(56.8)	38(43.2)	
	200~300만 이내	62(24.8)	24(38.7)	38(61.3)	
직업집단	300만원 이상	41(16.4)	17(41.5)	24(58.5)	$\chi^2= 1.622$ $p= 0.654$
	학생	88(35.2)	38(43.2)	50(56.8)	
	회사원/공무원	99(39.6)	42(42.4)	57(57.6)	
	사업/전문직	28(11.2)	12(42.9)	16(57.1)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	19(54.3)	16(45.7)	

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

각 변수와 지속이용여부간의 교차분석 결과

성별과 지속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.601$).연령과 지속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.331$).소득집단과 지속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타났다($p= 0.028$).

100~200만 이내는 다른 집단에 비해 다른 영화관을 이용하였다에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

100만원 미만은 다른 집단에 비해 계속 한 영화관을 이용하였다에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

직업집단과 지속이용여부간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.654$).

변수	구분	전체	전환의향		$\chi^2(p)$
			다른 영화관을 이용할 것이다	현재 영화관을 이용할 것이다	
성별	전체	250(100.0)	80(32.0)	170(68.0)	$\chi^2= 2.185$ $p= 0.139$
	남성	133(53.2)	48(36.1)	85(63.9)	
연령	여성	117(46.8)	32(27.4)	85(72.6)	$\chi^2= 2.505$ $p= 0.474$
	10대	48(19.2)	11(22.9)	37(77.1)	
	20대	79(31.6)	28(35.4)	51(64.6)	
	30대	72(28.8)	25(34.7)	47(65.3)	
소득집단	40대 이상	51(20.4)	16(31.4)	35(68.6)	$\chi^2= 4.299$ $p= 0.231$
	100만원 미만	59(23.6)	23(39.0)	36(61.0)	
	100~200만 이내	88(35.2)	29(33.0)	59(67.0)	
	200~300만 이내	62(24.8)	20(32.3)	42(67.7)	
직업집단	300만원 이상	41(16.4)	8(19.5)	33(80.5)	$\chi^2= 6.704$ $p= 0.082$
	학생	88(35.2)	21(23.9)	67(76.1)	
	회사원/공무원	99(39.6)	40(40.4)	59(59.6)	
	사업/전문직	28(11.2)	10(35.7)	18(64.3)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	9(25.7)	26(74.3)	

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

각 변수와 전환의향간의 교차분석 결과

성별과 전환의향간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.139$).연령과 전환의향간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.474$).소득집단과 전환의향간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.231$).직업집단과 전환의향간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다($p= 0.082$).

변수	구분	전체	전환영화관(결측값 165)					$\chi^2(p)$
			CGV	프리머스	롯데시네마	메가박스	기타	
성별	전체	250(100.0)	32(37.6)	23(27.1)	8(9.4)	13(15.3)	9(10.6)	$\chi^2= 13.161$ $p= 0.011$ *
	남성	50(58.8)	22(44.0)	11(22.0)	8(16.0)	7(14.0)	2(4.0)	
	여성	35(41.2)	10(28.6)	12(34.3)	0(0.0)	6(17.1)	7(20.0)	

2-3. 결과정리 및 해석

연령	10대	11(12.9)	4(36.4)	1(9.1)	3(27.3)	2(18.2)	1(9.1)	$\chi^2=$ 17.394 p= 0.135
	20대	30(35.3)	11(36.7)	11(36.7)	1(3.3)	3(10.0)	4(13.3)	
소득집단	30대	25(29.4)	6(24.0)	10(40.0)	3(12.0)	4(16.0)	2(8.0)	$\chi^2=$ 17.591 p= 0.129
	40대 이상	19(22.4)	11(57.9)	1(5.3)	1(5.3)	4(21.1)	2(10.5)	
	100만원 미만	25(29.4)	10(40.0)	6(24.0)	3(12.0)	3(12.0)	3(12.0)	
	100~200만원 이내	32(37.6)	7(21.9)	10(31.3)	4(12.5)	5(15.6)	6(18.8)	
	200~300만원 이내	20(23.5)	8(40.0)	7(35.0)	1(5.0)	4(20.0)	0(0.0)	
직업집단	300만원 이상	8(9.4)	7(87.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(12.5)	0(0.0)	$\chi^2=$ 17.753 p= 0.123
	학생	23(27.1)	11(47.8)	3(13.0)	3(13.0)	2(8.7)	4(17.4)	
	회사원/공무원	40(47.1)	12(30.0)	15(37.5)	3(7.5)	9(22.5)	1(2.5)	
	사업/전문직	11(12.9)	5(45.5)	4(36.4)	0(0.0)	1(9.1)	1(9.1)	
	주부/무직/기타	11(12.9)	4(36.4)	1(9.1)	2(18.2)	1(9.1)	3(27.3)	

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

각 변수와 전환명화관람시간의 교차분석 결과

성별과 전환명화관람시간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.011).

연령과 전환명화관람시간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.135).

소득집단과 전환명화관람시간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.129).

직업집단과 전환명화관람시간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.123).

변수	구분	전체	명화관이용빈도					$\chi^2(p)$
			주 1회 이상	2주에 1회 정도	한 달에 1번 정도	2~3달에 1번 정도	2~3달에 1번 정도	
	전체	250(100.0)	30(12.0)	77(30.8)	66(26.4)	47(18.8)	30(12.0)	
성별	남성	133(53.2)	16(12.0)	43(32.3)	36(27.1)	24(18.0)	14(10.5)	$\chi^2=$ 0.865 p= 0.930
	여성	117(46.8)	14(12.0)	34(29.1)	30(25.6)	23(19.7)	16(13.7)	
연령	10대	48(19.2)	3(6.3)	15(31.3)	15(31.3)	5(10.4)	10(20.8)	$\chi^2=$ 19.652 p= 0.074
	20대	79(31.6)	12(15.2)	21(26.6)	23(29.1)	16(20.3)	7(8.9)	
	30대	72(28.8)	9(12.5)	27(37.5)	20(27.8)	13(18.1)	3(4.2)	
	40대 이상	51(20.4)	6(11.8)	14(27.5)	8(15.7)	13(25.5)	10(19.6)	
	100만원 미만	59(23.6)	7(11.9)	16(27.1)	20(33.9)	12(20.3)	4(6.8)	
소득집단	100~200만원 이내	88(35.2)	15(17.0)	34(38.6)	23(26.1)	11(12.5)	5(5.7)	$\chi^2=$ 26.281 p= 0.010 **
	200~300만원 이내	62(24.8)	4(6.5)	15(24.2)	16(25.8)	17(27.4)	10(16.1)	
	300만원 이상	41(16.4)	4(9.8)	12(29.3)	7(17.1)	7(17.1)	11(26.8)	
	학생	88(35.2)	8(9.1)	26(29.5)	26(29.5)	18(20.5)	10(11.4)	
직업집단	회사원/공무원	99(39.6)	6(6.1)	39(39.4)	26(26.3)	16(16.2)	12(12.1)	$\chi^2=$ 25.417 p= 0.013 *
	사업/전문직	28(11.2)	6(21.4)	8(28.6)	7(25.0)	6(21.4)	1(3.6)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	10(28.6)	4(11.4)	7(20.0)	7(20.0)	7(20.0)	

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

각 변수와 명화관이용빈도간의 교차분석 결과

성별과 명화관이용빈도간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.930).

연령과 명화관이용빈도간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.074).

소득집단과 명화관이용빈도간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.010).

300만원 이상은 다른 집단에 비해 2~3달에 1번 정도에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

직업집단과 명화관이용빈도간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.013).

주부/무직/기타는 다른 집단에 비해 주 1회 이상에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

변수	구분	전체	최근명화관람시기					$\chi^2(p)$
			1주 이내	2주 이내	1달 이내	2달 이내	3달 이전	
	전체	250(100.0)	3(1.2)	43(17.2)	33(13.2)	50(20.0)	121(48.4)	
성별	남성	133(53.2)	1(0.8)	20(15.0)	20(15.0)	33(24.8)	59(44.4)	$\chi^2=$ 6.223 p= 0.183
	여성	117(46.8)	2(1.7)	23(19.7)	13(11.1)	17(14.5)	62(53.0)	
연령	10대	48(19.2)	2(4.2)	8(16.7)	11(22.9)	13(27.1)	14(29.2)	$\chi^2=$ 48.830 p= 0.000 ***
	20대	79(31.6)	1(1.3)	26(32.9)	10(12.7)	13(16.5)	29(36.7)	
	30대	72(28.8)	0(0.0)	3(4.2)	9(12.5)	19(26.4)	41(56.9)	
	40대 이상	51(20.4)	0(0.0)	6(11.8)	3(5.9)	5(9.8)	37(72.5)	
	100만원 미만	59(23.6)	1(1.7)	19(32.2)	11(18.6)	12(20.3)	16(27.1)	
소득집단	100~200만원 이내	88(35.2)	2(2.3)	16(18.2)	5(5.7)	16(18.2)	49(55.7)	$\chi^2=$ 39.592 p= 0.000 ***
	200~300만원 이내	62(24.8)	0(0.0)	4(6.5)	13(21.0)	18(29.0)	27(43.5)	
	300만원 이상	41(16.4)	0(0.0)	4(9.8)	4(9.8)	4(9.8)	29(70.7)	
	학생	88(35.2)	2(2.3)	20(22.7)	17(19.3)	16(18.2)	33(37.5)	
직업집단	회사원/공무원	99(39.6)	1(1.0)	12(12.1)	7(7.1)	19(19.2)	60(60.6)	$\chi^2=$ 21.921 p= 0.038 *
	사업/전문직	28(11.2)	0(0.0)	3(10.7)	6(21.4)	9(32.1)	10(35.7)	
	주부/무직/기타	35(14.0)	0(0.0)	8(22.9)	3(8.6)	6(17.1)	18(51.4)	

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

각 변수와 최근명화관람시기간의 교차분석 결과

성별과 최근명화관람시기간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.183).

연령과 최근명화관람시기간에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다(p= 0.000).

20대는 다른 집단에 비해 2주 이내에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

40대 이상은 다른 집단에 비해 3달 이전에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

소득집단과 최근명화관람시기간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.000).

100만원 미만은 다른 집단에 비해 2주 이내에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

300만원 이상은 다른 집단에 비해 3달 이전에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

직업집단과 최근명화관람시기간에는 유의미한 관계가 나타났다(p= 0.038).

사업/전문직은 다른 집단에 비해 2달 이내에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

회사원/공무원은 다른 집단에 비해 3달 이전에 대한 응답비율이 높게 나타났다.

신뢰도분석과 요인분석

1. 신뢰도와 타당도

가. 단일항목과 다항목

- 단일항목: 1개의 문항으로 구성된 문항
- 다항목: 여러 개의 문항으로 구성된 문항

구체적 질문 VS 추상적 질문

	구체적 사실정보	추상적 개념
문항	귀하의 성별은 무엇입니까?	귀하는 행복하십니까?
척도	①남성 ②여성	①전혀 행복하지 않다 ~ ⑤매우 행복하다

다항목 질문

아래의 각 항목에 대해서 현재 귀하가 만족하는 정도를 각각 해당되는 정도에 체크해주시기 바랍니다.

	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
경제력	①	②	③	④	⑤
건강	①	②	③	④	⑤
가족과의 관계	①	②	③	④	⑤
친구와의 관계	①	②	③	④	⑤
취미활동	①	②	③	④	⑤

→ '행복도'를 측정하기 위해 행복을 구성하는 세부적인 문항(경제력, 건강, 가족과의 관계, 친구와의 관계, 취미활동)을 만들어서 측정

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1. 신뢰도와 타당도

나. 신뢰도 측정방법

✓ **신뢰도**: 조사나 실험 등에서 동일한 실험자를 대상으로 반복하여 측정할 때, 지속적으로 일치하는 측정값이 나오는가를 파악하는 개념

1) 재검사법

- 동일한 상황에서 동일한 측정도구를 사용하여 두 번 측정하고 두 개의 측정값들 간의 차이를 분석하는 방법

2) 동형방법

- 측정하고자 하는 속성을 대등한 두 가지의 측정도구를 이용하여 동일한 측정대상을 동시에 측정하는 방법

3) 반분법

- 다수의 측정항목을 서로 대등한 두 개의 그룹으로 나누고 두 그룹의 항목별 측정치 사이의 상관관계를 조사하여 신뢰도를 측정하는 방법
- 보통 무작위적으로 두 그룹으로 나누거나 홀수&짝수 그룹으로 나누는 경우가 많음
- 보통 Spearman-Brown Reliability Coefficient 공식을 이용

4) 내적일관성

- 신뢰도를 저해하는 항목을 찾아내어 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰도를 높이기 위한 방법
- Cronbach's α (alpha) 계수를 이용
- 항목내의 분산이 커서 전체 신뢰도를 떨어뜨리는 항목은 제외

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_y^2} \right) \quad k: \text{항목수}, \sigma_y^2: \text{총분산}, \sigma_i^2: \text{각 항목의 분산}$$

1. 신뢰도와 타당도

다. 타당도 측정방법

✓ 타당도: 조사도구가 조사하려고 하는 개념·현상 등을 제대로 측정하고 있는가를 파악하는 개념

1) 표면타당도

- 주변 사람들에게 측정도구를 검토하게끔 하는 방법을 통해 평가하는 방법
- 문제점: 주관적, 비전문적이어서 타당도 평가도구로서 적합한 종류는 아님

2) 내용타당도

- 전문가들에게 측정도구가 적합한가를 검토함으로써 확보하는 방법

3) 기준관련타당도

- 타당도가 높은 척도와 현재 측정도구를 비교하여 그 상관성을 바탕으로 타당도를 평가하는 방법
- 동시타당도: 상관관계분석을 통해서 기존의 측정도구와 새로운 측정도구 간에 상관계수를 파악
- 예측타당도: 어떤 측정도구가 측정한 결과가 앞으로의 사건 혹은 결과를 예측할 수 있는가와 관련된 것

3) 구성타당도

- 확보한 자료를 분석하여 이론과 실체가 어느 정도 일치하는가를 파악하는 개념
- 통계적 분석기법인 요인분석을 통해 검증

2. 신뢰도분석

가. 기본개념

- 신뢰도 검증에서 Cronbach's alpha 계수를 이용한 내적 일관성법을 가장 많이 이용
- Cronbach' α 계수는 적어도 0.60은 넘어야 신뢰도가 만족할 수준이라고 봄

고객충성도 측정문항(예시)

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전반적인 서비스에 만족한다	①	②	③	④	⑤
다시 구매할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
주변에 필요한 사람이 있으면 추천(권유)하겠다	①	②	③	④	⑤
가격이 다소 오르더라도 계속 사용하겠다	①	②	③	④	⑤
다른 회사 서비스를 이용하겠다	①	②	③	④	⑤

→ 어떤 사람이 모두 '그렇다(4)'라는 응답을 했다면, 내적 일관성이 매우 높은 측정 문항임

→ 응답자들이 모두 동일한 응답을 보였다면 동일한 개념수준이라고 보는데 이러한 개념을 '내적일관성법'이라고 함

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

신뢰도분석과 요인분석

2. 신뢰도분석

나. 분석실습

① 클릭

통계분석Reporting

단변량분석 ▾ 집단비교분석 ▾ 신뢰도분석 ▾ 회귀분석 ▾

방법 : ● 크롬바흐알파

요인분석
신뢰도분석

② 클릭

③ 변수 선택 후 이동

④ 클릭

분석초기화 분석하기

전체항목 54건 전체선택 선택취소

보기형

5. 영화관만족1 (집단수:5)

6. 영화관만족2 (집단수:5)

7. 영화관만족3 (집단수:5)

8. 영화관만족4 (집단수:5)

보기형

보기형

보기형

보기형

선택변수 4건

보기형 ×

1. 영화품질만족1 (집단수:5)

2. 영화품질만족2 (집단수:5)

3. 영화품질만족3 (집단수:5)

4. 영화품질만족4 (집단수:5)

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

신뢰도분석과 요인분석

2. 신뢰도분석

나. 분석실습

주요결과

상세결과

Cronbach's α	표준화된 Cronbach's α	G6(sm c)	평균 상관계수
0.734	0.734	0.715	0.408

① 0.6~0.7이상

항목 제거시 Cronbach's α

	Cronbach's α	표준화된 Cronbach's α	G6(sm c)	평균 상관계수
영화품질만족1	0.680	0.679	0.623	0.413
영화품질만족2	0.696	0.697	0.617	0.434
영화품질만족3	0.678	0.680	0.598	0.414
영화품질만족4	0.639	0.637	0.562	0.369

② 전체 신뢰도(0.734)보다 낮아야

항목 통계량

	N	상관계수	상관의 표준편차	항목-전체 상관관계	수정된 항목-전체 상관관계	평균	표준편차
영화품질만족1	250	0.743	0.740	0.606	0.514	3.34	0.89
영화품질만족2	250	0.714	0.719	0.592	0.484	3.00	0.85
영화품질만족3	250	0.740	0.739	0.626	0.517	2.87	0.87
영화품질만족4	250	0.784	0.784	0.698	0.584	2.74	0.88

4개 항목에 대한 신뢰도분석 결과

Cronbach's α 계수는 0.734으로 나타나, 일반적인 기준 0.6보다 높은 것으로 파악되었다. 따라서 전반적인 응답의 내적 일관성인 신뢰도는 적합한 수준으로 파악되었다.

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

3. 요인분석

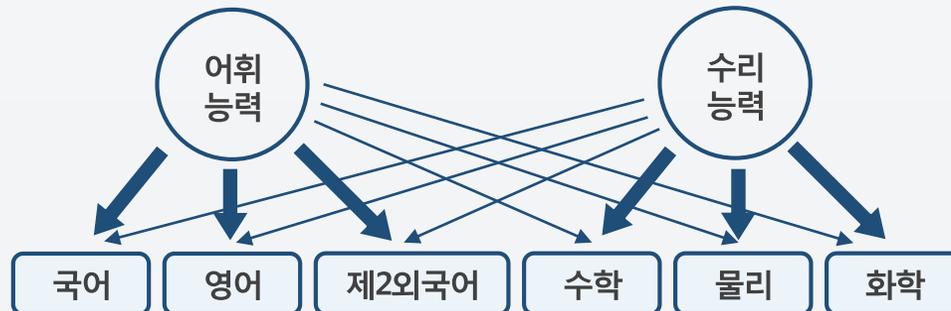
가. 기본개념

- **요인분석(factor analysis)** : 타당도 중 구성개념 타당도를 확인하기 위해 수집된 자료를 가지고 검증하는 분석방법

과목별 성적의 상관성 예시

	국어	영어	제2외국어	수학	물리	화학	체육
김금수	43	45	47	41	52	48	75
김원표	98	100	97	97	95	95	87
정현철	87	85	82	63	73	69	97
강문영	63	59	57	76	83	81	99

교과목의 요인분석



요인분석 목적

- 자료의 요약
- 변수의 구조파악
- 불필요한 변수의 제거
- 측정도구의 타당성 검증
- 추가적인 분석방법에 요인점수의 이용
- 대상을 묶는 데 이용

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 요인분석

나. 분석실습

보고서Reporting 통계분석Reporting

① 클릭

단변량분석 ▾ 집단비교분석 ▾ 요인분석 ▾ 회귀분석 ▾

방법: 주성분분석 요인분석

회전방법: 회전안함 직각회전 사각회전

추출기준: 고유값기준: 1 이상 고정요인수: 개

요인분석
신뢰도분석

② 클릭

④ 클릭

분석초기화 분석하기

③ 변수 선택 후 이동

전체항목 54건 전체선택 선택취소

<input type="checkbox"/> 보기형 26. 고객만족도1 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 27. 고객만족도2 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 28. 고객만족도3 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 29. 고객만족도4 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형	<input type="checkbox"/> 보기형

→

선택변수 1건 영역초기화 선택삭제

<input type="checkbox"/> 보기형 × 1. 영화품질만족1 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 × 2. 영화품질만족2 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 × 3. 영화품질만족3 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 × 4. 영화품질만족4 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 × 5. 영화관만족1 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 × 6. 영화관만족2 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 ×	<input type="checkbox"/> 보기형 ×	<input type="checkbox"/> 보기형 ×

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

신뢰도분석과 요인분석

3. 요인분석

나. 분석실습

변수	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	공통성
직접친밀만족2	0.790	0.204	0.122	0.145	0.107	0.036	0.714
직접친밀만족1	0.743	0.241	0.111	0.185	0.068	0.035	0.662
직접친밀만족3	0.674	0.224	0.088	0.119	0.207	0.116	0.583
직접친밀만족6	0.693	0.195	0.255	0.111	0.192	0.220	0.592
직접친밀만족4	0.563	0.475	0.244	0.024	0.124	0.066	0.623
직접친밀만족5	0.490	0.398	0.363	0.026	0.191	0.080	0.574
직접친밀만족7	0.453	0.408	0.263	-0.033	0.112	0.174	0.484
서비스만족2	0.249	0.741	0.221	0.142	0.039	0.041	0.684
서비스만족3	0.274	0.695	-0.001	0.018	0.226	0.196	0.628
서비스만족1	0.236	0.633	0.317	0.163	0.087	0.040	0.660
직접충만만족1	0.221	0.037	0.791	0.132	-0.027	0.009	0.694
직접충만만족3	0.065	0.336	0.689	0.036	0.027	0.267	0.665
직접충만만족4	0.181	0.443	0.677	0.105	0.014	0.035	0.639
직접충만만족2	0.114	0.054	0.675	-0.042	0.270	0.041	0.548
영화만족2	0.147	0.168	-0.009	0.842	0.180	0.061	0.795
영화만족1	-0.029	0.002	0.161	0.814	0.049	0.273	0.765
영화만족3	0.169	0.209	0.036	0.761	0.004	0.171	0.678
영화만족4	0.436	-0.170	0.024	0.684	0.189	-0.038	0.597
요즘저드만족2	0.171	0.052	0.040	0.138	0.834	0.077	0.764
요즘저드만족3	0.113	0.169	0.191	0.048	0.810	0.160	0.758
요즘저드만족1	0.210	0.145	0.046	0.125	0.808	0.142	0.752
영화풍질만족1	0.013	0.222	0.126	0.135	-0.008	0.766	0.670
영화풍질만족3	-0.007	0.165	0.287	0.210	0.171	0.682	0.644
영화풍질만족4	0.343	-0.074	-0.048	0.147	0.291	0.661	0.669
영화풍질만족2	0.487	-0.101	-0.103	0.066	0.172	0.672	0.619
고유값	3.713	2.788	2.702	2.680	2.490	2.178	
설명력	0.149	0.112	0.108	0.103	0.100	0.087	
누적설명력	0.149	0.260	0.368	0.471	0.571	0.658	

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

요인분석 결과

총 6개의 요인이 도출되었으며, 전체 누적설명력은 65.808%가량으로 나타났다. KMO는 0.850, Bartlett검정은 $\chi^2=3108.011$ 로 유의한 모형으로 파악되었다($p<0.05$)

요인1은 고유값 3.713로 나타났으며, 설명력은 14.852%로 파악되었다. 요인2은 고유값 2.788로 나타났으며, 설명력은 11.151%로 파악되었다. 요인3은 고유값 2.702로 나타났으며, 설명력은 10.810%로 파악되었다. 요인4은 고유값 2.680로 나타났으며, 설명력은 10.322%로 파악되었다. 요인5은 고유값 2.490로 나타났으며, 설명력은 9.961%로 파악되었다. 요인6은 고유값 2.178로 나타났으며, 설명력은 8.712%로 파악되었다.

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 요인분석

나. 분석실습

5. 척도의 신뢰도 및 타당도분석

1) 영화품질의 신뢰도 및 타당도 분석

KMO와 Bartlett의 검정			
KMO			0.850
	χ^2		3108.011
Bartlett의 구형성 검정	자유도		300.0
	유의확률		0.000

변수	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	공통성
직원친절만족2	0.790	0.204	0.122	0.145	0.107	0.036	0.714
직원친절만족1	0.743	0.241	0.111	0.185	0.068	0.035	0.662
직원친절만족3	0.674	0.224	0.088	0.119	0.207	0.116	0.583
직원친절만족6	0.593	0.195	0.255	0.111	0.132	0.220	0.532
직원친절만족4	0.563	0.475	0.244	0.024	0.124	0.066	0.623
직원친절만족5	0.490	0.398	0.363	0.026	0.191	0.080	0.574
직원친절만족7	0.453	0.408	0.263	-0.033	0.112	0.174	0.484
서비스만족2	0.249	0.741	0.221	0.142	0.039	0.041	0.684
서비스만족3	0.274	0.695	-0.001	0.018	0.226	0.136	0.628
서비스만족1	0.236	0.683	0.317	0.169	0.087	0.040	0.660
직원응대만족1	0.221	0.037	0.791	0.132	-0.027	0.009	0.694
직원응대만족3	0.065	0.336	0.689	0.036	0.027	0.267	0.665
직원응대만족4	0.181	0.443	0.677	0.105	0.014	0.035	0.699
직원응대만족2	0.114	0.054	0.675	-0.042	0.270	0.041	0.548
영화관만족2	0.147	0.168	-0.009	0.842	0.180	0.061	0.795
영화관만족1	-0.029	0.002	0.161	0.814	0.049	0.273	0.765
영화관만족3	0.159	0.209	0.036	0.761	0.004	0.171	0.678
영화관만족4	0.436	-0.170	0.024	0.584	0.189	-0.038	0.597
요금제도만족2	0.171	0.052	0.040	0.138	0.834	0.077	0.754
요금제도만족3	0.113	0.159	0.191	0.048	0.810	0.160	0.758
요금제도만족1	0.210	0.143	0.046	0.125	0.806	0.142	0.752
영화품질만족1	0.013	0.222	0.126	0.135	-0.008	0.766	0.670
영화품질만족3	-0.007	0.155	0.287	0.210	0.171	0.682	0.644
영화품질만족4	0.343	-0.074	-0.046	0.147	0.291	0.661	0.669
영화품질만족2	0.487	-0.101	-0.103	0.065	0.172	0.572	0.619
고유값	3.713	2.788	2.702	2.580	2.490	2.178	
설명력	0.149	0.112	0.108	0.103	0.100	0.087	
누적설명력	0.149	0.260	0.368	0.471	0.571	0.658	

요인분석 결과
총 6개의 요인이 도출되었으며, 전체 누적설명력은 65.808%가량으로 나타났다. KMO는 0.850, Bartlett검정은 $\chi^2=3108.011$ 로 유의한 모형으로 파악되었다($p<0.05$)

요인1은 고유값 3.713로 나타났으며, 설명력은 14.852%로 파악되었다. 요인2은 고유값

2.788로 나타났으며, 설명력은 11.151%로 파악되었다. 요인3은 고유값 2.702로 나타났으며, 설명력은 10.810%로 파악되었다. 요인4은 고유값 2.580로 나타났으며, 설명력은 10.322%로 파악되었다. 요인5은 고유값 2.490로 나타났으며, 설명력은 9.961%로 파악되었다. 요인6은 고유값 2.178로 나타났으며, 설명력은 8.712%로 파악되었다.

2) 만족도 및 충성도의 신뢰도 및 타당도 분석

KMO와 Bartlett의 검정			
KMO			0.811
	χ^2		947.542
Bartlett의 구형성 검정	자유도		28.0
	유의확률		0.000

변수	요인1	요인2	공통성
고객만족도3	0.848	0.260	0.787
고객만족도2	0.835	0.174	0.728
고객만족도4	0.808	0.059	0.656
고객만족도1	0.760	0.108	0.589
고객만족도5	0.736	0.270	0.614
충성도3	-0.074	0.826	0.688
충성도2	0.371	0.790	0.762
충성도1	0.307	0.683	0.574
고유값	3.426	1.973	
설명력	0.428	0.247	
누적설명력	0.428	0.675	

요인분석 결과
총 2개의 요인이 도출되었으며, 전체 누적설명력은 67.493%가량으로 나타났다. KMO는 0.811, Bartlett검정은 $\chi^2=947.542$ 로 유의한 모형으로 파악되었다($p<0.05$)

요인1은 고유값 3.426로 나타났으며, 설명력은 42.825%로 파악되었다. 요인2은 고유값 1.973로 나타났으며, 설명력은 24.668%로 파악되었다.

신뢰도분석과 요인분석

4. 변수생성

'영화품질만족도' 변수 생성: 영화품질1~4번의 평균

① 문항생성 선택

영화관품질만족

숫자변경 문항계산

② 새로 생성될 변수이름 입력

영화품질만족도2

③ 평균 혹은 합계 선택

평균 합계

1. 영화품질만족1 2. 영화품질만족2 3. 영화품질만족3 4. 영화품질만족4

④ 계산 문항 이동

TIP 평균, 합계로 기존의 변수를 새로운 변수를 생성합니다.

- 척도와 분석방법과의 관계
- 종합사례연구
- DataIN으로 자료등록하기
- 빈도분석
- 기술통계분석
- 가설과 통계량
- 교차분석
- 신뢰도 분석과 요인분석
- t-test 분석
- 분산분석
- 상관관계분석
- 선형회귀분석
- 매개회귀분석
- 조절회귀분석
- 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1. 독립표본 t-test분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

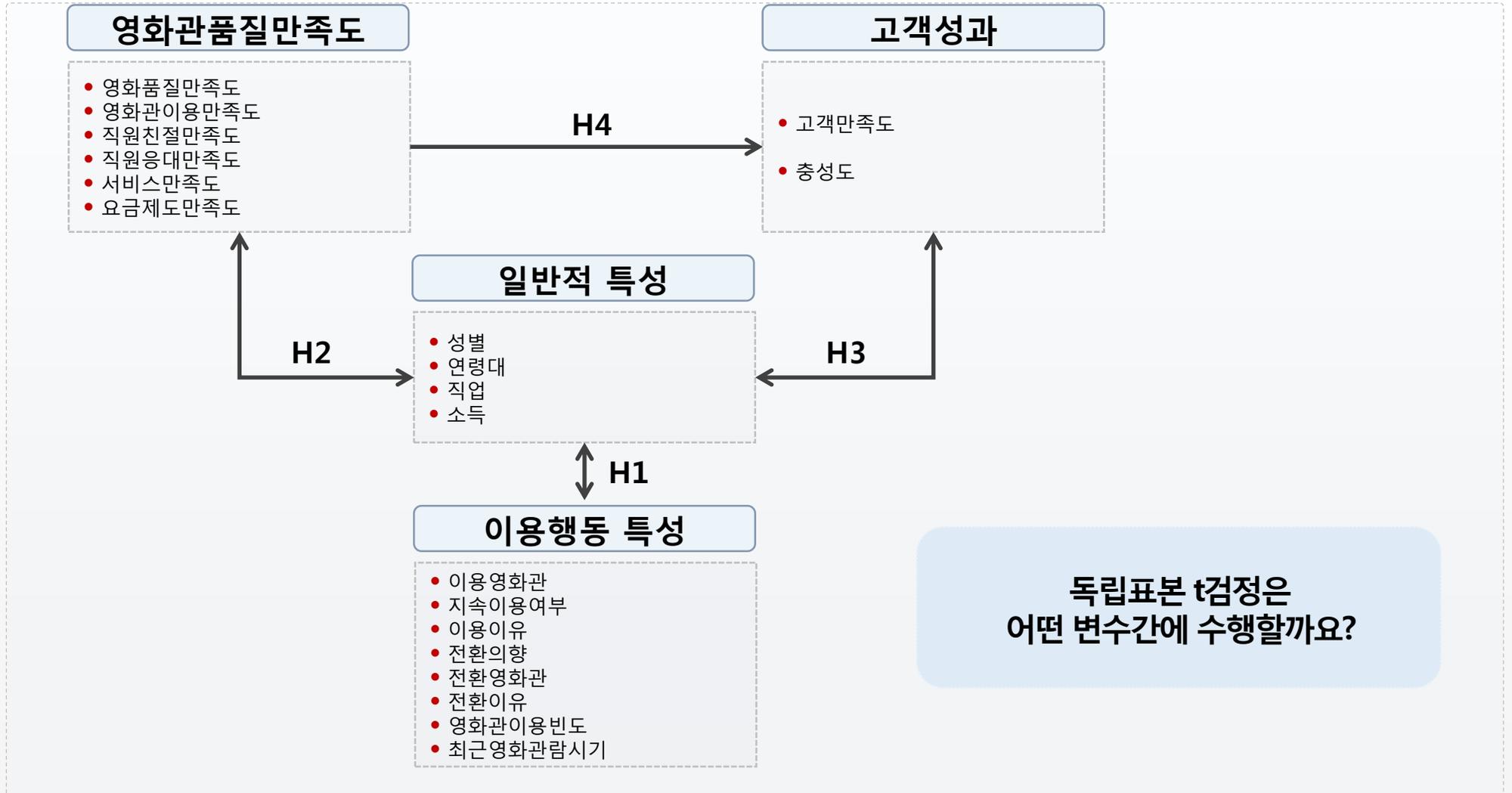
- **요인분석(factor analysis)** : 타당도 중 구성개념 타당도를 확인하기 위해 수집된 자료를 가지고 검증하는 분석방법

구분	명수	평균	표준편차	왜도	첨도	표준오차
남성	400	314.4	43.3	2.32	3.21	2.17
여성	400	342.2	33.4	2.23	4.32	1.67

나. 독립표본 t-test분석의 가설 및 검정통계량

- 귀무가설: 남녀 직원간에 평균월급에는 차이가 없다
- 대립가설: 남녀 직원간에 평균월급에는 차이가 있다
- 검정통계량: t-value, 자유도: df 이를 고려하여 유의확률(p)의 계산

2. 독립표본 t-test 분석대상 변수/모형



독립표본 t검정은
어떤 변수간에 수행할까요?

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 독립표본 t-test분석 설정

The screenshot illustrates the steps to configure an independent sample t-test analysis in a software interface. The process is guided by four numbered callouts:

- ① 클릭**: Click on the '통계분석Reporting' (Statistical Analysis Reporting) tab.
- ② 클릭**: Click on the '독립T검정' (Independent T-test) option in the dropdown menu.
- ③ 변수 선택 후 이동**: After selecting variables, move to the next step. The interface shows a list of 54 items with checkboxes for selection. Selected items include '42. 성별 (집단수:2)', '48. 영화품질만족도... (집단수:0)', '49. 영화관이용만족... (집단수:0)', and '50. 직원친절만족도... (집단수:0)'. Buttons for '영역초기화' (Reset) and '선택삭제' (Remove) are visible.
- ④ 클릭**: Click on the '분석초기화' (Reset) button to proceed.

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 독립표본 t-test분석 결과

주요+상세 파일저장 | 파일저장 | 파일보관함저장

엑셀
한글
워드

① 문서로 바로 저장

주요결과 상세결과

행기준 결과

	성별	N	평균	표준편차	t-value	p
영화품질만족도	남성	133	3.05	0.66	1.507	0.133
	여성	117	2.92	0.64		
영화관이용만족도	남성	133	3.26	0.68	-0.742	0.459
	여성	117	3.32	0.70		
직원친절만족도	남성	133	3.20	0.66	0.489	0.625
	여성	117	3.16	0.67		
직원응대만족도	남성	133	3.38	0.60	1.397	0.164
	여성	117	3.28	0.55		
서비스만족도	남성	133	3.34	0.64	1.290	0.198
	여성	117	3.23	0.71		
요금제도만족도	남성	133	2.59	0.85	-0.739	0.461
	여성	117	2.67	0.74		
고객만족도	남성	133	3.19	0.65	-2.398	0.017
	여성	117	3.39	0.67		
충성도	남성	133	3.11	0.58	0.706	0.481
	여성	117	3.06	0.54		

성별에 따른 각 변수에 대한 t-test분석 결과

영화품질만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.05, 여성은 2.92로 각각 나타났다.
 영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.26, 여성은 3.32로 각각 나타났다.
 직원친절만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.20, 여성은 3.16로 각각 나타났다.
 직원응대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.38, 여성은 3.28로 각각 나타났다.
 서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.34, 여성은 3.23로 각각 나타났다.
 요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 2.59, 여성은 2.67로 각각 나타났다.
 고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.19, 여성은 3.39로 각각 나타났다.
 충성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 평균을 보면 남성은 3.11, 여성은 3.06로 각각 나타났다.

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

- 척도와 분석방법과의 관계
- 종합사례연구
- DataIN으로 자료등록하기
- 빈도분석
- 기술통계분석
- 가설과 통계량
- 교차분석
- 신뢰도 분석과 요인분석
- t-test 분석
- 분산분석
- 상관관계분석
- 선형회귀분석
- 매개회귀분석
- 조절회귀분석
- 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

5. 독립표본 t-test분석 결과정리 및 해석

6. 일반특성에 따른 차이분석

1) 성별에 따른 차이분석

	성별	N	평균	표준편차	t-value	p
영화품질만족도	남성	133	3.05	0.66	1.507	0.133
	여성	117	2.92	0.64		
영화관이용만족도	남성	133	3.26	0.68	-0.742	0.459
	여성	117	3.32	0.70		
직원 친절만족도	남성	133	3.20	0.66	0.489	0.625
	여성	117	3.16	0.67		
직원응대만족도	남성	133	3.38	0.60	1.397	0.164
	여성	117	3.28	0.55		
서비스만족도	남성	133	3.34	0.64	1.290	0.198
	여성	117	3.23	0.71		
요금제도만족도	남성	133	2.59	0.85	-0.739	0.461
	여성	117	2.67	0.74		
고객만족도	남성	133	3.19	0.65	-2.398	0.017
	여성	117	3.39	0.67		
총성도	남성	133	3.11	0.58	0.706	0.481
	여성	117	3.06	0.54		

성별에 따른 각 변수에 대한 t-test분석 결과

영화품질만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.05, 여성은 2.92로 각각 나타났다.

영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.26, 여성은 3.32로 각각 나타났다.

직원친절만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.20, 여성은 3.16로 각각 나타났다.

직원응대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.38, 여성은 3.28로 각각 나타났다.

서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.34, 여성은 3.23로 각각 나타났다.

요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 2.59, 여성은 2.67로 각각 나타났다.

고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.19, 여성은 3.39로 각각 나타났다.

총성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$), 평균을 보면 남성은 3.11, 여성은 3.06로 각각 나타났다.

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석**
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1. 분산분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

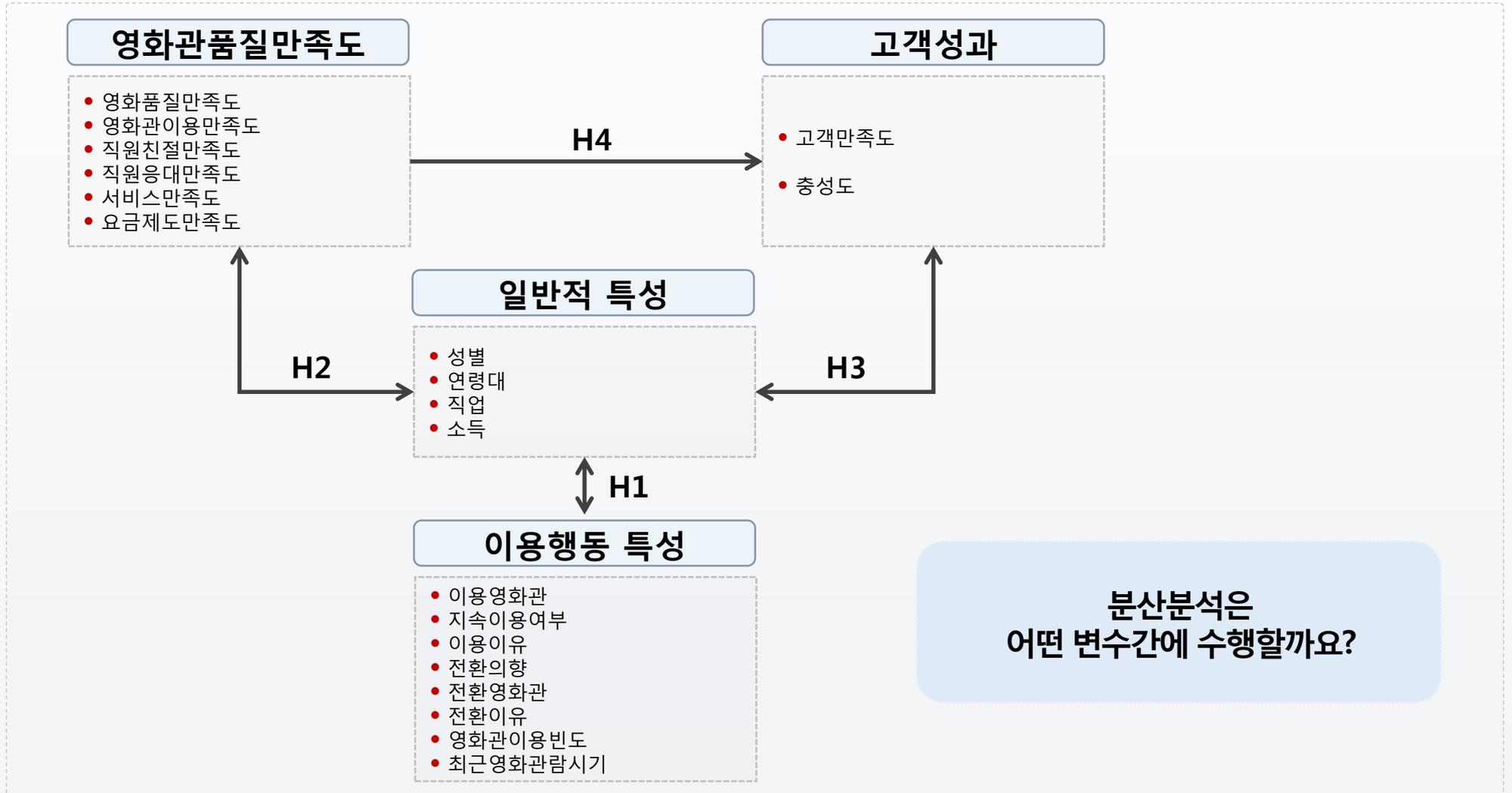
- 세 집단 이상간의 평균차이 분석
- 독립변수(3집단 이상), 종속변수 (연속형 변수)

구분	명수	평균	표준편차	왜도	첨도	표준오차
인문계	100	34.3	8.42	1.23	0.54	0.842
이공계	100	36.4	9.43	2.43	0.94	0.943
상경제	100	39.4	7.54	1.95	1.31	0.754

나. 분산분석의 가설 및 검정통계량

- 귀무가설: 인문/이공계/상경제 학생들 간에는 월평균 용돈에 차이가 없다.
- 대립가설: 인문/이공계/상경제 학생들 간에는 월평균 용돈에 차이가 있다.
- 검정통계량: F-value, 자유도: df 이를 고려하여 유의확률(p)의 계산

2. 분산분석대상 변수/모형



분산분석은
어떤 변수간에 수행할까요?

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 분산분석 설정

① 클릭

보고서Reporting | **통계분석Reporting** | ① 클릭

단변량분석 ▾ | **일원배치분산분석 ▾** | 척도화분석 ▾ | 회귀분석 ▾

표형식: 행기준 열기준

Scheffe LSD Bonferroni

② 클릭

독립T검정
대응T검정
일원배치분산분석
이원배치분산분석
공분산분석

분석초기화 | **분석하기**

③ 변수 선택 후 이동

전체항목 54건 | 전체선택 | 선택취소

25. 요금제노인책3... (집단수:5)	26. 고객만족도1 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형	<input type="checkbox"/> 보기형
27. 고객만족도2 (집단수:5)	28. 고객만족도3 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형	<input type="checkbox"/> 보기형
29. 고객만족도4 (집단수:5)	30. 고객만족도5 (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형	<input type="checkbox"/> 보기형

독립변수 3건 | 영역초기화 | 선택삭제

<input type="checkbox"/> 보기형 ×	<input type="checkbox"/> 보기형 ×	<input type="checkbox"/> 보기형 ×
43. 연령 (집단수:4)	46. 소득집단 (집단수:4)	47. 직업집단 (집단수:4)

종속변수 8건 | 영역초기화 | 선택삭제

<input type="checkbox"/> 숫자형 ×	<input type="checkbox"/> 숫자형 ×	<input type="checkbox"/> 숫자형 ×
48. 영화품질만족도... (집단수:0)	49. 영화관이용만족... (집단수:0)	50. 직원친절 (집단수:0)

④ 클릭

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 분산분석 결과

주요+상세 파일저장 파일저장 파일보관함저장

주요결과	상세결과	① 문서로 바로 저장		엑셀 한글 워드		
행기준 결과						
변수	구분	N	평균	표준편차	F-value	p
영화종필만족도	10대	48	3.05	0.73	0.200	0.896
	20대	79	2.98	0.70		
	30대	72	2.97	0.62		
	40대 이상	51	2.97	0.65		
영화관이용만족도	10대	48	3.30	0.67	0.605	0.613
	20대	79	3.05	0.64		
	30대	72	3.20	0.66		
	40대 이상	51	3.29	0.61		
직접구매만족도	10대	48	3.23	0.74	0.990	0.998
	20대	79	3.26	0.76		
	30대	72	3.08	0.62		
	40대 이상	51	3.15	0.47		
직접구매대만족도	10대	48	3.41	0.71	0.567	0.637
	20대	79	3.33	0.61		
	30대	72	3.33	0.52		
	40대 이상	51	3.26	0.46		
서비스만족도	10대	48	3.37	0.80	0.469	0.711
	20대	79	3.27	0.71		
	30대	72	3.31	0.59		
	40대 이상	51	3.22	0.63		
	10대	48	2.90 ^a	0.30		

연령별 각 변수에 차이 분산분석을 이용해 분석한 결과
 영화종필만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.05, 20대는 2.98, 30대는 2.97, 40대 이상은 2.97로 각각 나타났다.
 영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.30, 20대는 3.05, 30대는 3.20, 40대 이상은 3.29로 각각 나타났다.
 직접구매만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.23, 20대는 3.26, 30대는 3.08, 40대 이상은 3.15로 각각 나타났다.
 직접구매대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.41, 20대는 3.33, 30대는 3.33, 40대 이상은 3.26로 각각 나타났다.
 서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.37, 20대는 3.27, 30대는 3.31, 40대 이상은 3.22로 각각 나타났다.
 요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p(0.05)$). 응답평균을 보면 10대는 2.90, 20대는 2.64, 30대는 2.44, 40대 이상은 2.62로 각각 나타났다.
 고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.45, 20대는 3.29, 30대는 3.13, 40대 이상은 3.35로 각각 나타났다.
 충성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p(0.05)$). 응답평균을 보면 10대는 3.30, 20대는 3.12, 30대는 2.93, 40대 이상은 3.08로 각각 나타났다.

해기즈 거과

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

5. 분산분석 결과정리 및 해석

2) 연령대에 따른 차이분석

변수	구분	N	평균	표준편차	F-value	p
영화품질만족도	10대	48	3.05	0.73	0.200	0.896
	20대	79	2.98	0.70		
	30대	72	2.97	0.62		
	40대 이상	51	2.97	0.55		
영화관이용만족도	10대	48	3.30	0.87	0.605	0.613
	20대	79	3.35	0.64		
	30대	72	3.20	0.66		
	40대 이상	51	3.29	0.61		
직원친절만족도	10대	48	3.23	0.74	0.990	0.398
	20대	79	3.26	0.76		
	30대	72	3.08	0.62		
	40대 이상	51	3.15	0.47		
직원응대만족도	10대	48	3.41	0.71	0.567	0.637
	20대	79	3.33	0.61		
	30대	72	3.33	0.52		
	40대 이상	51	3.26	0.46		
서비스만족도	10대	48	3.37	0.80	0.459	0.711
	20대	79	3.27	0.71		
	30대	72	3.31	0.59		
	40대 이상	51	3.22	0.63		
요금제도만족도	10대	48	2.90*	0.90	3.287	0.021
	20대	79	2.64**	0.80		
	30대	72	2.44*	0.74		
	40대 이상	51	2.62**	0.72		
고객만족도	10대	48	3.45	0.78	2.557	0.056
	20대	79	3.29	0.66		
	30대	72	3.13	0.67		
	40대 이상	51	3.35	0.50		
충성도	10대	48	3.30*	0.72	4.529	0.004
	20대	79	3.12**	0.50		
	30대	72	2.93*	0.50		
	40대 이상	51	3.08**	0.50		

연령별 각 변수에 차이 분산분석을 이용해 분석한 결과
영화품질만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.05, 20대는 2.98, 30대는 2.97, 40대 이상은 2.97로 각각 나타났다.
영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.30, 20대는 3.35, 30대는 3.20, 40대 이상은 3.29로 각각 나타났다.
직원친절만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.23, 20대는 3.26, 30대는 3.08, 40대 이상은 3.15로 각각 나타났다.
직원응대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.41, 20대는 3.33, 30대는 3.33, 40대 이상은 3.26로 각각 나타났다.
서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.37, 20대는 3.27, 30대는 3.31, 40대 이상은 3.22로 각각 나타났다.
요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 2.90, 20대는 2.64, 30대는 2.44, 40대 이상은 2.62로 각각 나타났다.
고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보

면 10대는 3.45, 20대는 3.29, 30대는 3.13, 40대 이상은 3.35로 각각 나타났다.
충성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 응답평균을 보면 10대는 3.30, 20대는 3.12, 30대는 2.93, 40대 이상은 3.08로 각각 나타났다.

3) 월소득에 따른 차이분석

변수	구분	N	평균	표준편차	F-value	p
영화품질만족도	100만원 미만	59	2.88	0.71	0.906	0.439
	100~200만 이내	88	3.03	0.68		
	200~300만 이내	62	2.98	0.52		
	300만원 이상	41	3.07	0.67		
영화관이용만족도	100만원 미만	59	3.16	0.68	1.604	0.189
	100~200만 이내	88	3.34	0.73		
	200~300만 이내	62	3.23	0.68		
	300만원 이상	41	3.43	0.62		
직원친절만족도	100만원 미만	59	3.07	0.73	0.995	0.396
	100~200만 이내	88	3.26	0.70		
	200~300만 이내	62	3.17	0.56		
	300만원 이상	41	3.19	0.64		
직원응대만족도	100만원 미만	59	3.40	0.66	2.266	0.081
	100~200만 이내	88	3.39	0.59		
	200~300만 이내	62	3.33	0.44		
	300만원 이상	41	3.13	0.58		
서비스만족도	100만원 미만	59	3.15	0.73	1.157	0.327
	100~200만 이내	88	3.36	0.65		
	200~300만 이내	62	3.29	0.62		
	300만원 이상	41	3.33	0.72		
요금제도만족도	100만원 미만	59	2.59	0.86	0.178	0.911
	100~200만 이내	88	2.67	0.84		
	200~300만 이내	62	2.59	0.70		
	300만원 이상	41	2.64	0.79		
고객만족도	100만원 미만	59	3.21	0.68	0.560	0.642
	100~200만 이내	88	3.30	0.64		
	200~300만 이내	62	3.27	0.51		
	300만원 이상	41	3.38	0.89		
충성도	100만원 미만	59	2.97	0.65	1.285	0.280
	100~200만 이내	88	3.15	0.54		
	200~300만 이내	62	3.12	0.52		
	300만원 이상	41	3.08	0.53		

소득단별 각 변수에 차이 분산분석을 이용해 분석한 결과
영화품질만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 100만원 미만은 2.88, 100~200만 이내는 3.03, 200~300만 이내는 2.98, 300만원 이상은 3.07로 각각 나타났다.
영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 100만원 미만은 3.16, 100~200만 이내는 3.34, 200~300만 이내는 3.23, 300만원 이상은 3.43로 각각 나타났다.
직원친절만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평균을 보면 100만원 미만은 3.07, 100~200만 이내는 3.26, 200~300만 이내는 3.17, 300만원

5. 분산분석 결과정리 및 해석

이상은 3.19로 각각 나타났다.
직원응대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 100만원 미만은 3.40, 100~200만 이하는 3.39, 200~300만 이하는 3.33, 300만원 이상은 3.13로 각각 나타났다.
서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 100만원 미만은 3.15, 100~200만 이하는 3.36, 200~300만 이하는 3.29, 300만원 이상은 3.33로 각각 나타났다.
요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 100만원 미만은 2.59, 100~200만 이하는 2.67, 200~300만 이하는 2.59, 300만원 이상은 2.64로 각각 나타났다.
고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 100만원 미만은 2.97, 100~200만 이하는 3.15, 200~300만 이하는 3.12, 300만원 이상은 3.08로 각각 나타났다.
충성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 100만원 미만은 2.97, 100~200만 이하는 3.15, 200~300만 이하는 3.12, 300만원 이상은 3.08로 각각 나타났다.

4) 직업에 따른 차이분석

변수	구분	N	평균	표준편차	F-value	p
영화품질만족도	학생	88	2.99	0.71	0.316	0.814
	회사원/공무원	99	3.02	0.66		
	사업/전문직	28	2.98	0.62		
	주부/무직/기타	35	2.89	0.50		
영화관이용만족도	학생	88	3.25 ^a	0.80	3.586	0.014
	회사원/공무원	99	3.44 ^a	0.65		
	사업/전문직	28	3.16 ^a	0.53		
	주부/무직/기타	35	3.04 ^a	0.52		
직원친절만족도	학생	88	3.17	0.76	1.507	0.213
	회사원/공무원	99	3.25	0.58		
	사업/전문직	28	2.95	0.68		
	주부/무직/기타	35	3.21	0.62		
직원응대만족도	학생	88	3.36	0.67	0.377	0.769
	회사원/공무원	99	3.35	0.51		
	사업/전문직	28	3.23	0.54		
	주부/무직/기타	35	3.31	0.55		
서비스만족도	학생	88	3.31	0.74	0.864	0.461
	회사원/공무원	99	3.31	0.66		
	사업/전문직	28	3.09	0.57		
	주부/무직/기타	35	3.33	0.64		
요금제도만족도	학생	88	2.69	0.92	0.652	0.582
	회사원/공무원	99	2.60	0.77		
	사업/전문직	28	2.46	0.80		
	주부/무직/기타	35	2.67	0.52		
고객만족도	학생	88	3.33	0.73	1.306	0.273
	회사원/공무원	99	3.27	0.67		
	사업/전문직	28	3.08	0.64		
	주부/무직/기타	35	3.39	0.47		
충성도	학생	88	3.17	0.65	1.183	0.317

회사원/공무원	99	3.07	0.44
사업/전문직	28	2.95	0.56
주부/무직/기타	35	3.06	0.62

직업집단별 각 변수에 차이 분산분석을 이용해 분석한 결과
영화품질만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 2.99, 회사원/공무원은 3.02, 사업/전문직은 2.98, 주부/무직/기타는 2.89로 각각 나타났다.
영화관이용만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.25, 회사원/공무원은 3.44, 사업/전문직은 3.16, 주부/무직/기타는 3.04로 각각 나타났다.
직원친절만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.17, 회사원/공무원은 3.25, 사업/전문직은 2.95, 주부/무직/기타는 3.21로 각각 나타났다.
직원응대만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.36, 회사원/공무원은 3.35, 사업/전문직은 3.23, 주부/무직/기타는 3.31로 각각 나타났다.
서비스만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.31, 회사원/공무원은 3.31, 사업/전문직은 3.09, 주부/무직/기타는 3.33로 각각 나타났다.
요금제도만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 2.69, 회사원/공무원은 2.60, 사업/전문직은 2.46, 주부/무직/기타는 2.67로 각각 나타났다.
고객만족도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.33, 회사원/공무원은 3.27, 사업/전문직은 3.08, 주부/무직/기타는 3.39로 각각 나타났다.
충성도는 유의수준 0.05에서 유의한 차이가 나타나지 않았다($p \geq 0.05$). 응답평가를 보면 학생은 3.17, 회사원/공무원은 3.07, 사업/전문직은 2.95, 주부/무직/기타는 3.06로 각각 나타났다.

- 척도와 분석방법과의 관계
- 종합사례연구
- DataIN으로 자료등록하기
- 빈도분석
- 기술통계분석
- 가설과 통계량
- 교차분석
- 신뢰도 분석과 요인분석
- t-test 분석
- 분산분석**
- 상관관계분석
- 선형회귀분석
- 매개회귀분석
- 조절회귀분석
- 로지스틱회귀분석

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1. 상관관계분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

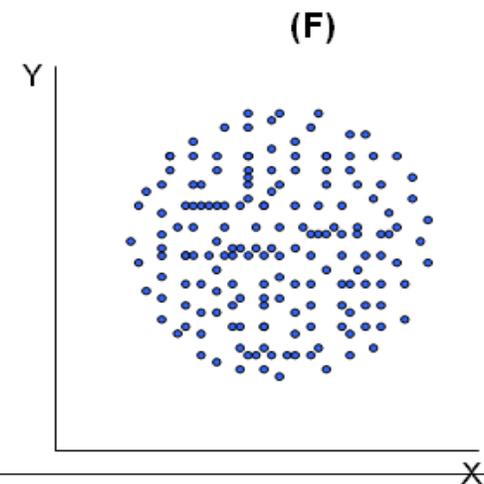
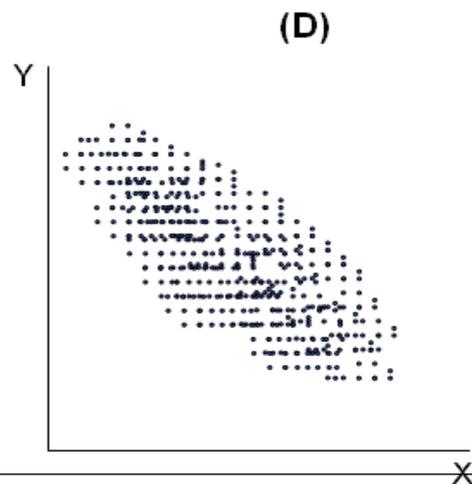
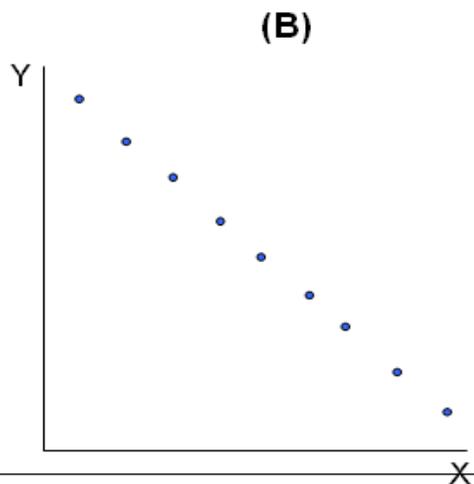
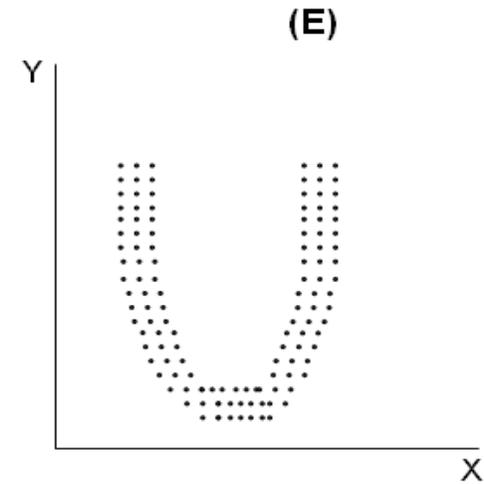
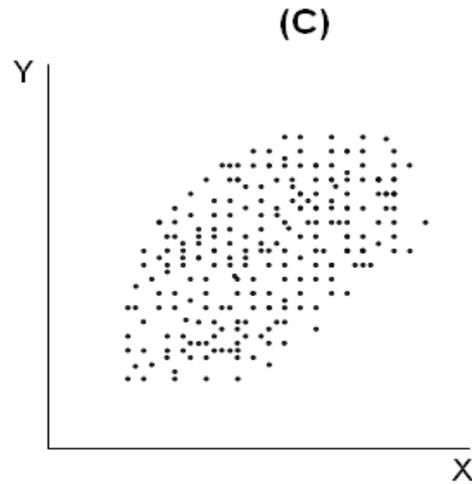
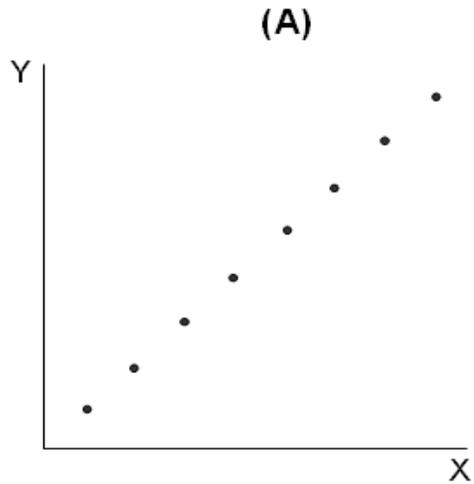
- 두 연속형 변수 간의 상관 정도를 파악
- 상관계수 (-1~+1)를 통해 표준화된 상관관계를 도출
- 주로 회귀분석을 하기 전에 독립변수 \leftrightarrow 종속변수 간의 상관이 있는지 탐색적 목적

요인	공부시간	지능지수	성적
공부시간	1	.123	.435
지능지수	.123	1	.343
성적	.435	.343	1

나. 상관관계분석의 가설 및 검정통계량

- 귀무가설: 공부시간/지능지수와 성적 간에는 상관관계가 없다.
- 대립가설: 공부시간/지능지수와 성적 간에는 상관관계가 있다.
- 검정통계량: 상관계수(r), 자료수(n)를 고려하여 유의확률(p)의 계산

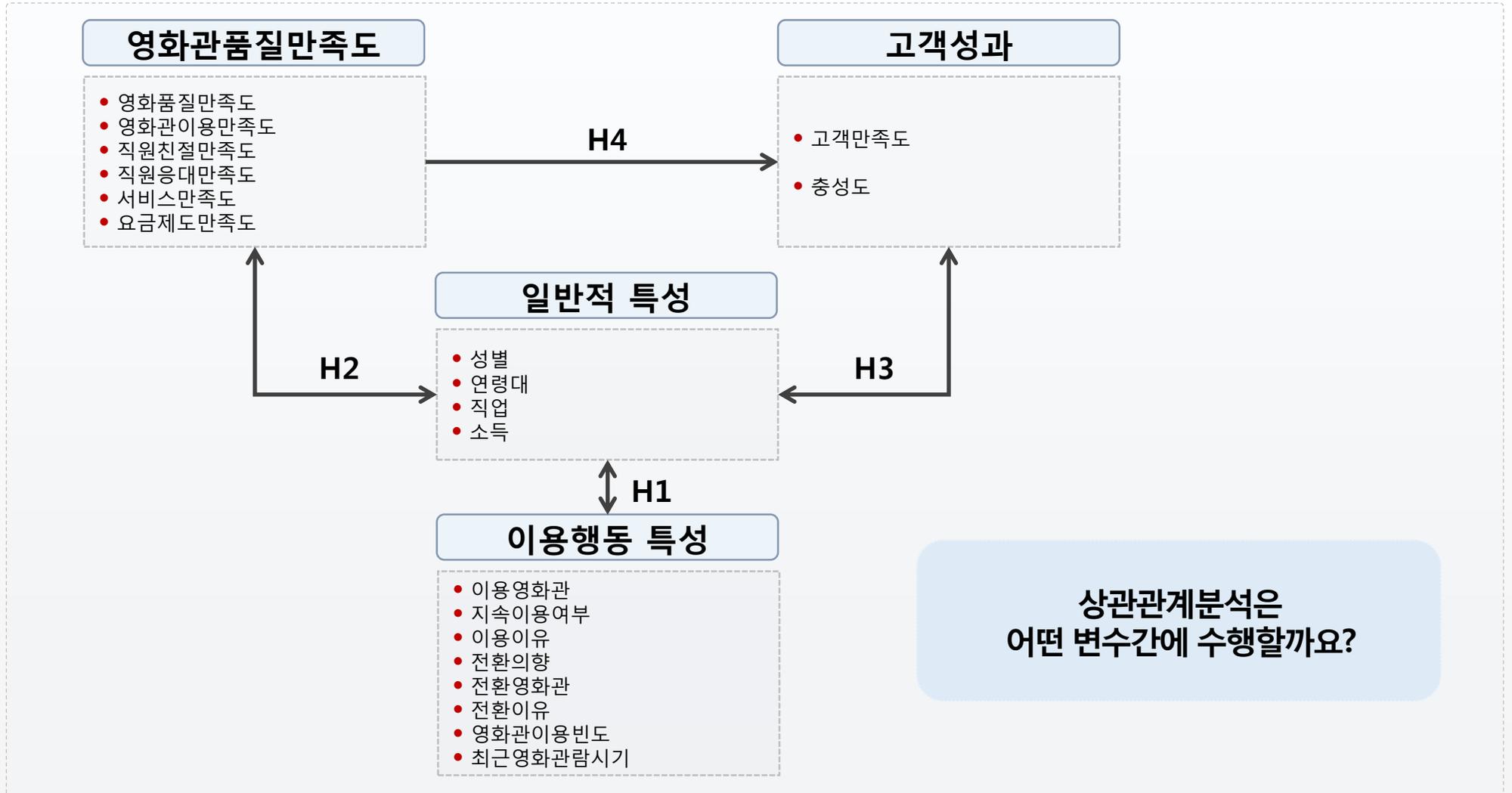
1. 상관관계분석의 직관적 이해



1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

상관관계분석

2. 상관관계분석대상 변수/모형



상관관계분석은
어떤 변수간에 수행할까요?

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 상관관계분석 설정

① 클릭

② 클릭

③ 변수 선택 후 이동

④ 클릭

분석초기화 분석하기

영역초기화 선택삭제

전체항목 54건 전체선택 선택취소

<input type="checkbox"/> 보기형 43. 연령 (집단수:4)	<input type="checkbox"/> 보기형 44. 직업 (집단수:7)
<input type="checkbox"/> 보기형 45. 소득 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 46. 소득집단 (집단수:4)
<input type="checkbox"/> 보기형 47. 직업집단	<input type="checkbox"/> 숫자형 56. 축영화관품질만...

상관관계수 : Pearson Kendall Spearman 평균/표준편차 표시 : 표시함

상관관계분석
선형회귀분석
위계회귀분석
매개효과분석
조절효과분석
이항로짓회귀분석
다항로짓회귀분석
구조방정식

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 상관관계분석 결과

주요+상세 파일저장 ~ 파일저장 ~ 파일보관함저장

주요결과 상세결과

① 문서로 바로 저장

엑셀 한글 워드

변수	평균	표준편차	영화품질만족도	영화관이용만족도	직원친절만족도	직원응대만족도	서비스만족도	요금제도만족도	고객만족도	충성도
영화품질만족도	2.99	0.65	1							
영화관이용만족도	3.29	0.69	0.400***	1						
직원친절만족도	3.18	0.67	0.440***	0.380***	1					
직원응대만족도	3.33	0.58	0.290***	0.220***	0.520***	1				
서비스만족도	3.29	0.67	0.320***	0.290***	0.650***	0.530***	1			
요금제도만족도	2.63	0.80	0.420***	0.310***	0.440***	0.280***	0.340***	1		
고객만족도	3.28	0.67	0.390***	0.380***	0.460***	0.370***	0.340***	0.400***	1	
충성도	3.09	0.56	0.380***	0.310***	0.430***	0.350***	0.370***	0.320***	0.450***	1

상관관계 분석결과
모든 변수간에 유의한 상관관계를 보이고 있는 것으로 나타났다(p(0.05).

또한 독립변수간의 상관관계는 모두 유의하지만 최대 상관계수가 0.650으로서 회귀분석 과정에서 나타날 수 있는 다중공선성 수준이 0.85보다 낮게 나타나고 있어 이러한 문제는 발생하지 않을 것으로 판단된다.

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

5. 상관관계분석 결과정리 및 해석

7. 상관관계분석

[주요결과]

변수	평균	표준편차	영화품질만족도	영화관이용만족도	직원 친절만족도	직원응대만족도	서비스만족도	요금제도만족도	고객만족도	충성도
영화품질만족도	2,99	0,65	1							
영화관이용만족도	3,29	0,69	0,400 ---	1						
직원 친절만족도	3,18	0,67	0,440 ---	0,380 ---	1					
직원응대만족도	3,33	0,58	0,290 ---	0,220 ---	0,520 ---	1				
서비스만족도	3,29	0,67	0,320 ---	0,290 ---	0,650 ---	0,530 ---	1			
요금제도만족도	2,63	0,80	0,420 ---	0,310 ---	0,440 ---	0,280 ---	0,340 ---	1		
고객만족도	3,28	0,67	0,390 ---	0,380 ---	0,460 ---	0,370 ---	0,340 ---	0,400 ---	1	
충성도	3,09	0,56	0,380 ---	0,310 ---	0,430 ---	0,350 ---	0,370 ---	0,320 ---	0,450 ---	1

상관관계 분석결과

모든 변수간에 유의한 상관관계를 보이고 있는 것으로 나타났다($p < 0,05$).

또한 독립변수간의 상관관계는 모두 유의하지만 최대 상관계수가 0,650으로서 회귀분석 과정에서 나타날 수 있는 다중공선성 수준이 0,85보다 낮게 나타나고 있어 이러한 문제는 발생하지 않을 것으로 판단된다.

1. 선형회귀분석의 직관적 이해

가. 분석 및 자료의 특성

- 연속형 독립변수가 연속형 종속변수에 영향을 미치는지를 파악하기 위함
- 독립→종속이 영향관계(인과관계)가 성립되는지가 가장 중요
- '영향', '예측' 두 가지 목적으로 활용

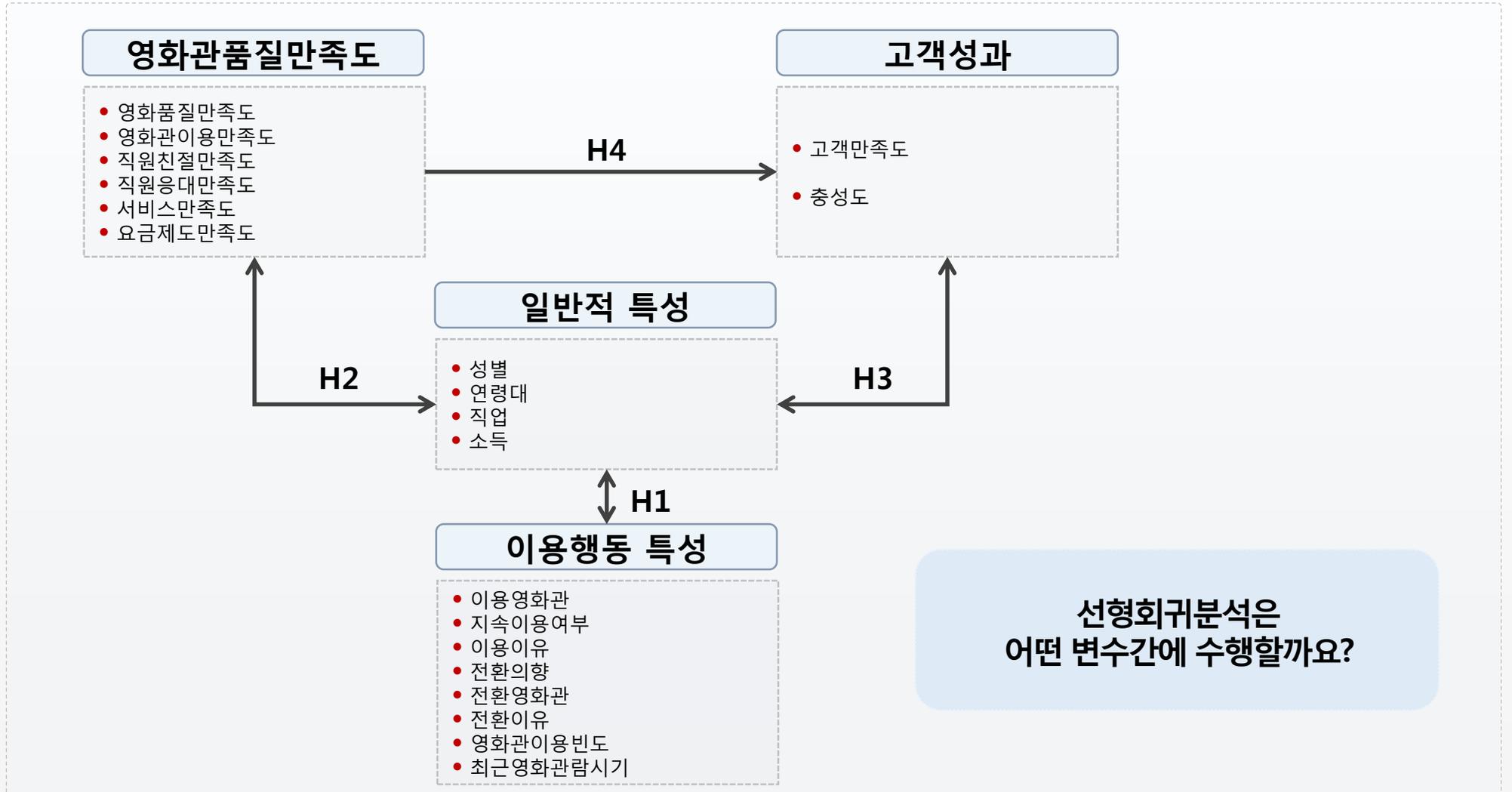
요인	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	T-value	p
공부시간	3.432	0.854	0.654	4.015	0.000
지능지수	1.343	0.832	0.321	1.614	0.213
$R^2=0.754$ $F=43.132$ $P=0.000$					

나. 회귀분석의 가설 및 검정통계량

- 귀무가설: 공부시간/지능지수는 성적 간에 영향을 미치지 않는다.
- 대립가설: 공부시간/지능지수는 성적 간에 영향을 미친다.
- 검정통계량: 모형 F검증/ 변수 t검증 → 유의확률(p)의 계산

선형회귀분석

2. 선형회귀분석대상 변수/모형



선형회귀분석은
어떤 변수간에 수행할까요?

3. 선형회귀분석 설정

보고서Reporting | 통계분석Reporting | ① 클릭

단변량분석 | 집단비교분석 | 척도화분석 | 선형회귀분석

방법 : 입력 단계선택 전진 후진

② 클릭

상관관계분석
선형회귀분석
 위계회귀분석
 매개효과분석
 조절효과분석
 이항로짓회귀분석
 다항로짓회귀분석
 구조방정식

③ 변수 선택 후 이동

④ 클릭

전체항목 54건

<input type="checkbox"/> 보기형 33. 총성도3 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 34. 이용영화관 (집단수:4)
<input type="checkbox"/> 보기형 35. 지속이용여부 (집단수:2)	<input type="checkbox"/> 보기형 37. 전환의향 (집단수:2)
<input type="checkbox"/> 보기형 38. 전환영화관 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 40. 영화관이용빈도... (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 41. 최근영화관람시... (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 44. 직업 (집단수:7)

종속변수 (범주형) 6건

<input type="checkbox"/> 숫자형 48. 영화품질만족도... (집단수:0)	<input type="checkbox"/> 숫자형 49. 영화관이용만족... (집단수:0)	<input type="checkbox"/> 숫자형 50. 직원친절 (집단수:0)
---	---	---

독립변수 (범주형) 4건

<input type="checkbox"/> 보기형 42. 성별 (집단수:2)	<input type="checkbox"/> 보기형 43. 연령 (집단수:4)	<input type="checkbox"/> 보기형 46. 소득집단 (집단수:4)
---	---	---

종속변수 1건

<input type="checkbox"/> 숫자형 55. 총성도 (집단수:0)
--

분석초기화 | 분석하기

4. 선형회귀분석 결과

주요+상세 파일저장 ▾ 파일저장 ▾ 파일보관함저장

엑셀 한글 워드

① 문서로 바로 저장

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
	B	표준오차	베타			
(상수)	1.283	0.241		5.324	0.000	
영화품질만족도	0.144	0.056	0.167	2.563	0.011	1.477
영화관이용만족도	0.084	0.052	0.103	1.624	0.106	1.391
직원친절만족도	0.102	0.069	0.121	1.486	0.139	2.291
직원응대만족도	0.152	0.067	0.156	2.271	0.024	1.641
서비스만족도	0.066	0.063	0.080	1.053	0.294	1.989
요금제도만족도	0.029	0.045	0.042	0.651	0.515	1.432
성별여성	-0.061	0.065	-0.055	-0.943	0.347	1.164
연령20대	-0.081	0.101	-0.067	-0.800	0.425	2.423
연령30대	-0.378	0.123	-0.306	-3.079	0.002	3.410
연령40대 이상	-0.203	0.129	-0.146	-1.569	0.118	2.990
소득집단100~200만 이내	0.231	0.091	0.197	2.530	0.012	2.104
소득집단200~300만 이내	0.289	0.105	0.223	2.757	0.006	2.266
소득집단300만원 이상	0.185	0.113	0.122	1.639	0.102	1.927
직업집단회사원/공무원	-0.018	0.099	-0.016	-0.185	0.853	2.607
직업집단사업/전문직	-0.014	0.126	-0.008	-0.112	0.911	1.745
직업집단주부/무직/기타	0.029	0.111	0.018	0.265	0.791	1.624

R²= 0.326, Adj.R²= 0.280, F-value= 7.049, p= 0.000

선형회귀분석 결과

독립변수가 종속변수인 '충성도'를 설명하는 정도는 약 32.6% (R² = 0.326)로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=7.049, p(0.05)).

독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치는 변수를 파악한 결과, 영화품질만족도, 직원응대만족도, 연령30대, 소득집단100~200만 이내, 소득집단200~300만 이내가 유의수준 0.05에서 유의한 영향을 미치는 것으로 파악되었다(p(0.05)). 반면 영화관이용만족도, 직원친절만족도, 서비스만족도, 요금제도만족도, 성별여성, 연령20대, 연령40대 이상, 소득집단300만원 이상, 직업집단회사원/공무원, 직업집단사업/전문직, 직업집단주부/무직/기타는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 파악되었다. 영화품질만족도, 직원응대만족도, 소득집단100~200만 이내, 소득집단200~300만 이내가 높을수록 종속변수인 '충성도'에 경(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

5. 선형회귀분석 결과정리 및 해석

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	VF
	B	표준오차	베타			
(상수)	1,283	0,241		5,324	0,000	
영화품질만족도	0,144	0,056	0,167	2,563	0,011	1,477
영화관이용만족도	0,084	0,052	0,103	1,624	0,106	1,391
직원친절만족도	0,102	0,069	0,121	1,486	0,139	2,291
직원응대만족도	0,152	0,067	0,156	2,271	0,024	1,641
서비스만족도	0,066	0,063	0,080	1,053	0,294	1,989
요금제도만족도	0,029	0,045	0,042	0,651	0,515	1,432
성별여성	-0,061	0,065	-0,055	-0,943	0,347	1,164
연령20대	-0,081	0,101	-0,067	-0,800	0,425	2,423
연령30대	-0,378	0,123	-0,306	-3,079	0,002	3,410
연령40대 이상	-0,203	0,129	-0,146	-1,569	0,118	2,990
소득집단100~200만 이내	0,231	0,091	0,197	2,530	0,012	2,104
소득집단200~300만 이내	0,289	0,105	0,223	2,757	0,006	2,266
소득집단300만원 이상	0,185	0,113	0,122	1,639	0,102	1,927
직업집단회사원/공무원	-0,018	0,099	-0,016	-0,185	0,853	2,607
직업집단사업/전문직	-0,014	0,126	-0,008	-0,112	0,911	1,745
직업집단주부/무직/기타	0,029	0,111	0,018	0,265	0,791	1,624

R²= 0,326, Adj.R²= 0,280, F-value= 7,049, p= 0,000

선형회귀분석 결과

독립변수가 종속변수인 '충성도'를 설명하는 정도는 약 32.6%(R²= 0,326)로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=7,049, p<0,05).

독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치는 변수를 파악한 결과, 영화품질만족도, 직원응대만족도, 연령30대, 소득집단100~200만 이내, 소득집단200~300만 이내가 유의수준 0,05에서 유의한 영향을 미치는 것으로 파악되었다(p<0,05). 반면 영화관이용만족도, 직원친절만족도, 서비스만족도, 요금제도만족도, 성별여성, 연령20대, 연령40대 이상, 소득집단300만원 이상, 직업집단회사원/공무원, 직업집단사업/전문직, 직업집단주부/무직/기타는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 파악되었다.

영화품질만족도, 직원응대만족도, 소득집단100~200만 이내, 소득집단200~300만 이내가 높을수록 종속변수인 '충성도'에 정(+적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면 연령30대는 높을수록 종속변수인 '충성도'에 부(-적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

종속변수에 영향을 미치는 변수 중 영향력의 크기를 파악한 결과, 연령3(t=-3,079) > 소득집단3(t=2,757) > 영화품질만족도(t=2,563) > 소득집단2(t=2,530) > 직원응대만족도(t=2,271) 순으로 파악되었다.

또한 독립변수간의 다중공선성 문제를 파악한 결과 VF값은 1,164~ 3,410 수준으로 나타나 10보다 작아 큰 문제는 아닌 것으로 판단된다.

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

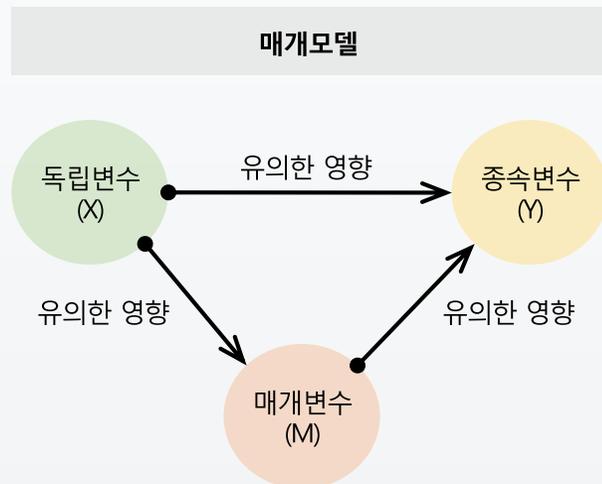
14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

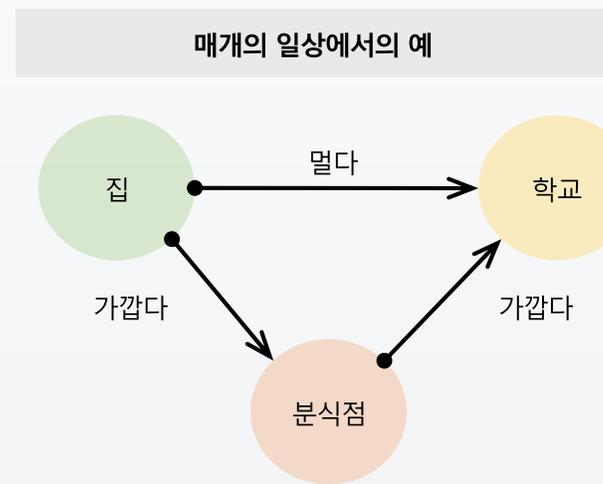
1. 매개회귀분석의 직관적 이해

가. 매개변수의 개념

- 독립변수와 종속변수의 영향관계를 더욱 잘 설명하는 중간의 변수
- 매개한다는 것은 논리적 영향 관계가 중간에 **경유**한다는 것
- 매개(媒介):중간에서 서로의 관계를 맺어 주는 일



독립→매개, 독립→종속, 매개→종속 모두 유의함
 독립→종속보다 매개→종속이 **더 밀접한 영향관계**
 (즉, 회귀계수가 더 커야 함)



직원 리더십→조직 충성도

1. 전체들: 영향을 미친다.
2. 매개들: 리더십이 바로 조직충성도에 영향을 미치는가?

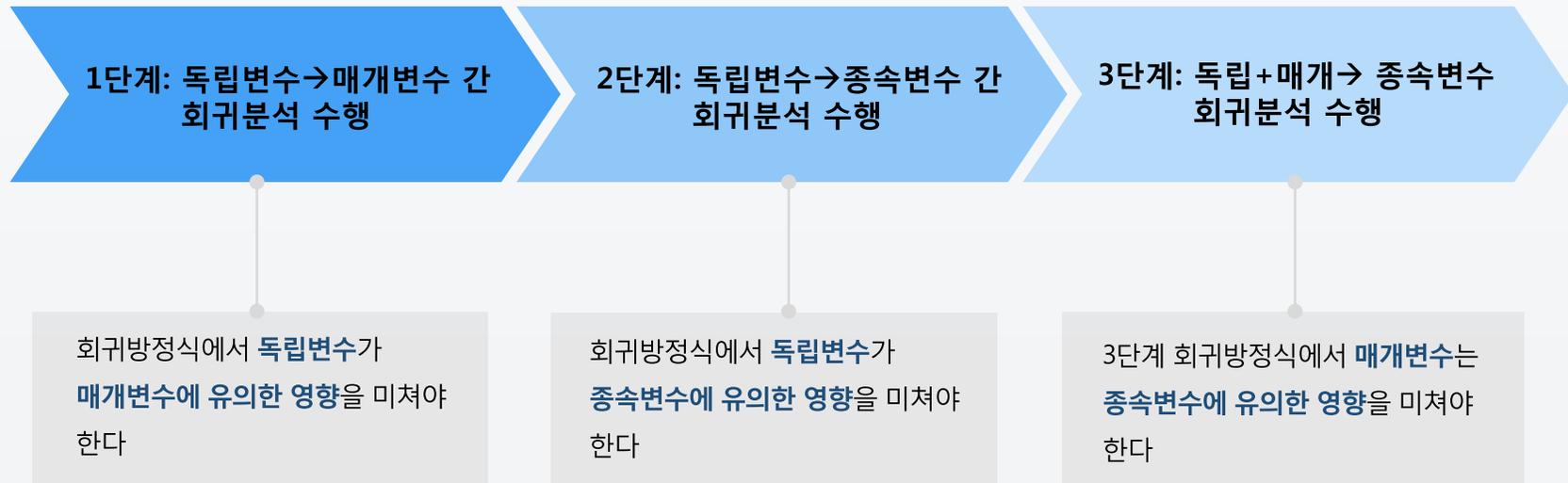
1. 매개회귀분석의 직관적 이해

나. 매개효과의 검정방법

1) Baron & Kenny 방법

- Baron & Kenny의 3단계 매개회귀분석 방법은 인과 단계적 접근법 혹은 인과단계전략이라고도 함
- 매개효과가 검증된 이후 간접효과에 대한 통계적인 검정능력의 한계

[3단계 매개회귀분석의 과정]

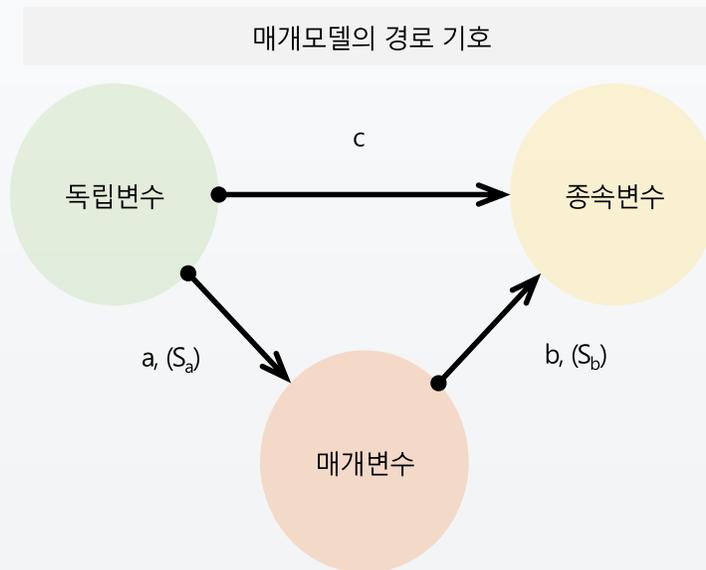


1. 매개회귀분석의 직관적 이해

나. 매개효과의 검정방법

2) Sobel test 방법

- 매개효과의 크기, 즉 독립변수가 매개변수를 거쳐 종속변수에 미치는 영향크기는 어느 정도이며 통계적으로 유의한가를 검정하는 것



Sobel test 통계량

$$z = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2 + a^2 \times s_b^2)}}$$

a, b, c : 비표준화계수
 S_a, S_b : 표준오차

⇒ Sobel test의 검정통계량은 '간접효과크기/합동표준오차'이며 통상 2가량보다 크면 유의한 효과크기

1. 매개회귀분석의 직관적 이해

나. 매개효과의 검정방법

3) Bootstrapping 방법

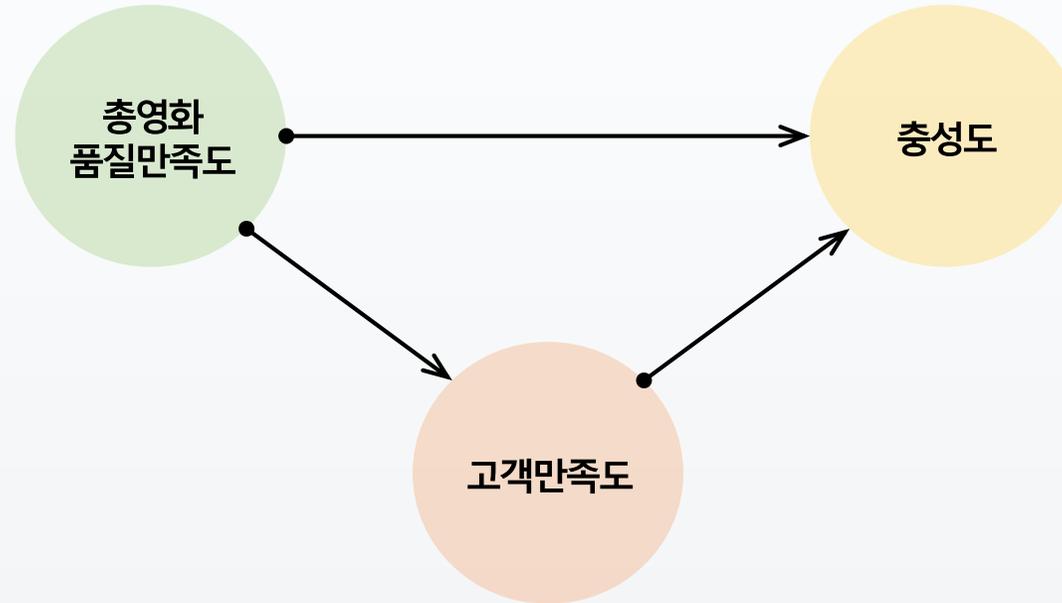
- 수집된 표본에서 반복적인 표본추출을 하여 표본추출 분포를 구성함
- Bootstrapping 방법은 어떠한 분포를 가정하지 않기 때문에 불규칙적인 형태의 모집단에서 적은 표본을 조사한 자료로 중 심극한정리를 만족시킬 수 없을 경우에 효과적임

Bootstrapping 과정

- ▷ **1단계:** 모집단에서 n 크기의 표본을 추출한다.
 - ▷ **2단계:** 1단계에서 추출한 n 크기의 표본과 대체할 수 있는 n 크기의 무작위표본을 추출한다.
 - ▷ **3단계:** 단계2에서 얻는 "재표본(re-sampling)"에서 통계치를 계산한다.
 - ▷ **4단계:** 단계2와 단계3을 총 5000번 수행한다.
 - ▷ **5단계:** 단계2부터 단계4를 거쳐 산출된 5000개의 통계치(매개효과 계수)를 가장 낮은 값에서부터 가장 높은 값으로 분류한다.
 - ▷ **6단계:** 95% 신뢰구간의 하한선을 단계5부터 통계치의 분포에서 125번째 통계치로 정의한다. 그리고 95% 신뢰구간의 상한성을 단계5부터 통계치의 분포에서 4875번째 통계치로 정의한다.
- ⇒ 이 방법은 부트스트랩 된 신뢰구간을 계산하는 백분위수방법(percentile method)이다.

2. 매개회귀분석대상 변수/모형

가. 매개효과의 검정모델



- 총영화관품질만족도 → 충성도에 미치는 영향에서 고객만족도를 매개하는가?
- 매개한다면 완전매개(full mediation)인가 부분매개(partial mediation)인가?
- 총영화관품질만족도 → 고객만족도 → 충성도를 경유하는 간접효과(indirect effect)는 얼마인가? 유의한가?

3. 매개회귀분석 설정

보고서Reporting 통계분석Reporting

① 클릭

매개효과분석

④ 클릭

분석초기화 분석하기

② 클릭

③ 변수 선택 후 이동

전체항목 54건 전체선택 선택취소

<input type="checkbox"/> 보기형 33. 총성도3 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 34. 이용영화관 (집단수:4)
<input type="checkbox"/> 보기형 35. 지속이용여부 (집단수:2)	<input type="checkbox"/> 보기형 37. 전환의향 (집단수:2)
<input type="checkbox"/> 보기형 38. 전환영화관 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 40. 영화관이용빈도... (집단수:5)
<input type="checkbox"/> 보기형 41. 최근영화관람시... (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 보기형 44. 직업 (집단수:7)
<input type="checkbox"/> 보기형 45. 소득 (집단수:5)	<input type="checkbox"/> 숫자형 48. 영화품질만족도... (집단수:0)

42. 성별
(집단수:2)

43. 연령
(집단수:4)

46. 소득집단
(집단수:4)

독립변수 1건 영역초기화 선택삭제

숫자형
56. 총영화관품질만...
(집단수:0)

매개변수 1건 영역초기화 선택삭제

숫자형
54. 고객만족도
(집단수:0)

종속변수 1건 영역초기화 선택삭제

숫자형
55. 총성도
(집단수:0)

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 매개회귀분석 결과

요인	변수	매개변수: 고객만족도				종속변수: 충성도				종속변수: 충성도			
		b	표준오차	t-value	p	b	표준오차	t-value	p	b	표준오차	t-value	p
	(상수)	0.477	0.279	1.710	0.088	1.407	0.246	5.716	0.000	1.310	0.241	5.426	0.000
통제 변수	성별	0.232	0.069	3.365	0.001	-0.027	0.061	-0.442	0.659	-0.074	0.061	-1.216	0.225
	연령	-0.045	0.041	-1.108	0.269	-0.078	0.036	-2.168	0.031	-0.069	0.035	-1.957	0.051
	소득집단	0.039	0.037	1.066	0.287	0.051	0.032	1.579	0.116	0.043	0.032	1.365	0.173
독립 변수	직업집단	0.030	0.039	0.769	0.442	-0.005	0.034	-0.154	0.877	-0.011	0.033	-0.339	0.735
	총영화관 품질만족	0.774	0.072	10.689	0.000	0.576	0.064	9.030	0.000	0.420	0.075	5.568	0.000
매개 변수	고객만족도									0.202	0.055	3.671	0.000
R ²		0.346				0.283				0.321			
Adj. R ²		0.333				0.268				0.304			
F-value		25.822				19.276				19.131			
p		0.000				0.000				0.000			

매개효과분석 결과

1단계 독립변수가 매개변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 34.6%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=25.822, p(0.05)). 독립변수인 총영화관품질만족은 매개변수인 고객만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다(t=10.689, p(0.05)).

2단계 독립변수가 종속변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 28.3%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=19.276, p(0.05)). 독립변수인 총영화관품질만족은 종속변수인 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다(t=9.030, p(0.05)).

3단계 독립변수와 매개변수가 종속변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 32.1%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=19.131, p(0.05)). 독립변수는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(t=5.568, p(0.05)), 매개변수는 유의한 정(+)의 영향을 나타냈다(t=3.671, p(0.05)).

3단계에서 독립변수와 매개변수가 모두 종속변수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 매개변수($\beta=0$)가 독립변수($\beta=0$)보다 유의미한 정도가 낮아 매개효과가 없는 것으로 파악되었다.

독립변수		매개변수		종속변수	간접효과크기	t-value	p
총영화관 품질만족	→	고객만족도	→	충성도	0.156	3.472	0.000

간접효과 크기 및 효과의 유연성을 파악하기 위해서 sobel test를 수행한 결과, 독립변수가 매개변수를 거쳐 종속변수에 미치는 효과크기는 0.156으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(t-value=3.472, p(0.05)).

주요+상세 파일저장 | 파일저장 | 파일보관함저장

엑셀
한글
워드

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

5. 매개회귀분석 결과정리 및 해석

8. 매개효과분석

[주요결과]

요인	변수	매개변수: 고객만족도				종속변수: 충성도				종속변수: 충성도			
		b	표준오차	t-value	p	b	표준오차	t-value	p	b	표준오차	t-value	p
통계변수	(상수)	0.477	0.279	1.710	0.088	1.407	0.246	5.716	0.000	1.310	0.241	5.426	0.000
	성별	0.232	0.069	3.365	0.001	-0.027	0.061	-0.442	0.659	-0.074	0.061	-1.216	0.225
	연령	-0.045	0.041	-1.108	0.269	-0.078	0.036	-2.168	0.031	-0.069	0.035	-1.957	0.051
	소득집단	0.039	0.037	1.066	0.287	0.051	0.032	1.579	0.116	0.043	0.032	1.365	0.173
독립변수	직업집단	0.030	0.039	0.769	0.442	-0.005	0.034	-0.154	0.877	-0.011	0.033	-0.339	0.735
	총영화관품질만족	0.774	0.072	10.689	0.000	0.576	0.064	9.030	0.000	0.420	0.075	5.568	0.000
매개변수	고객만족도									0.202	0.055	3.671	0.000
R ²		0.346				0.263				0.321			
Adj. R ²		0.333				0.268				0.304			
F-value		25.822				19.276				19.131			
p		0.000				0.000				0.000			

매개효과분석 결과

1단계 독립변수가 매개변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 34.6%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=25.822, p<0.05). 독립변수인 총영화관 품질만족은 매개변수인 고객만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다(t=10.689, p<0.05).

2단계 독립변수가 종속변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 28.3%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=19.276, p<0.05). 독립변수인 총영화관 품질만족은 종속변수인 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다(t=9.030, p<0.05).

3단계 독립변수와 매개변수가 종속변수에 대한 회귀분석 결과, 설명력은 32.1%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(F=19.131, p<0.05). 독립변수는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(t=5.568, p<0.05), 매개변수는 유의한 정(+)의 영향을 나타냈다(t=3.671, p<0.05).

3단계에서 독립변수와 매개변수가 모두 종속변수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 매개변수($\beta=0$)가 독립변수($\beta=0$)보다 유의미한 정도가 낮아 매개효과가 없는 것으로 파악되었다.

독립변수		매개변수		종속변수		간접효과 크기	t-value	p
총영화관품질만족	→	고객만족도	→	충성도	→	0.156	3.472	0.000

간접효과와 크기 및 효과의 유연성을 파악하기 위해서 sobel test를 수행한 결과, 독립변수가 매개변수를 거쳐 종속변수에 미치는 효과크기는 0.156으로 나타났으며, 통계적으로 유의한 것으로 파악되었다(t-value=3.472, p<0.05).

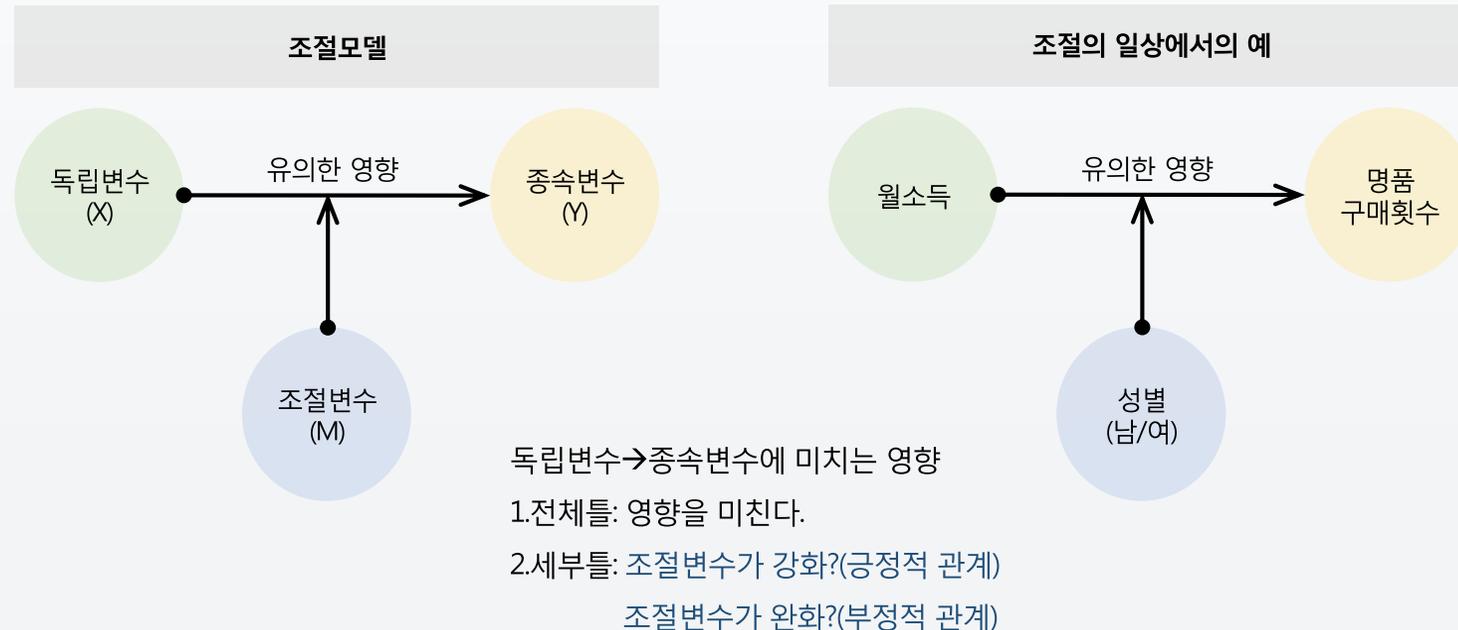
Bootstrap 신뢰구간 추정 결과

Effect	효과	계수	95% 하한값	95% 상한값	p
ACME	간접효과	0.156	0.055	0.276	0.000
ADE	직접효과	0.420	0.245	0.577	0.000
Total Effect	총효과	0.576	0.440	0.699	0.000
Prop. Mediated		0.271	0.100	0.500	0.000

1. 조절회귀분석의 직관적 이해

가. 조절변수의 개념

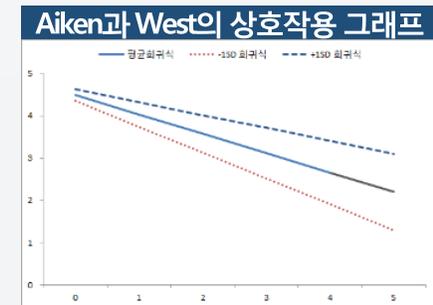
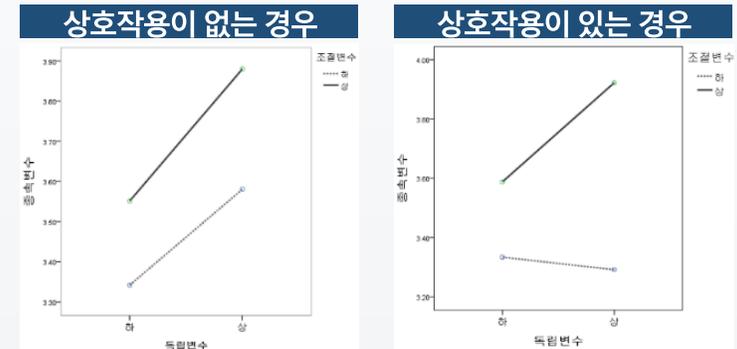
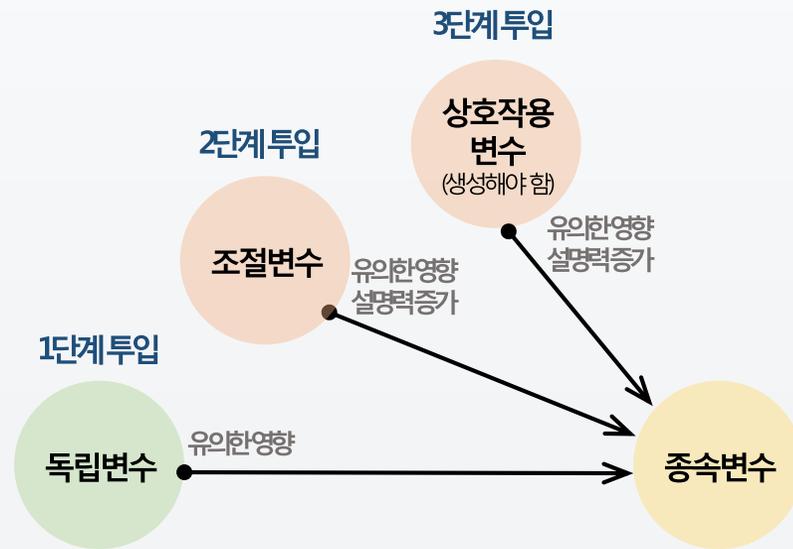
- 조절변수란 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 중간에서 조절하는 변수
- 조절한다는 것은 영향을 더욱 **강하게** 혹은 **약하게** 한다는 의미
- 독립변수와 종속변수의 큰 틀에서 파악된 영향관계에 그치지 않고 응답자 특성 별 효과를 세부적으로 파악하기 위한 분석
- 응답자가 본래 가지고 있는 특성이 조절변수로 적절



1. 분석의 직관적 이해

나. 조절효과의 검정방법

- 조절효과 검증을 위해 위계적 조절회귀분석 방법을 이용
- 위계(Hierarchy)란 독립변수를 한번에 투입하지 않고 독립변수→조절변수→상호작용변수 순서로 투입하는 방법
조절회귀분석에서는 변수의 **센터링(centering)** 방법을 적용하여 회귀분석을 함으로써 다중공선성 문제를 해결
- 센터링 방법에는 **편차(deviation)** 변수 생성방법과 **표준화점수**로 변수를 생성하는 방법을 주로 사용



1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1. 조절회귀분석의 직관적 이해

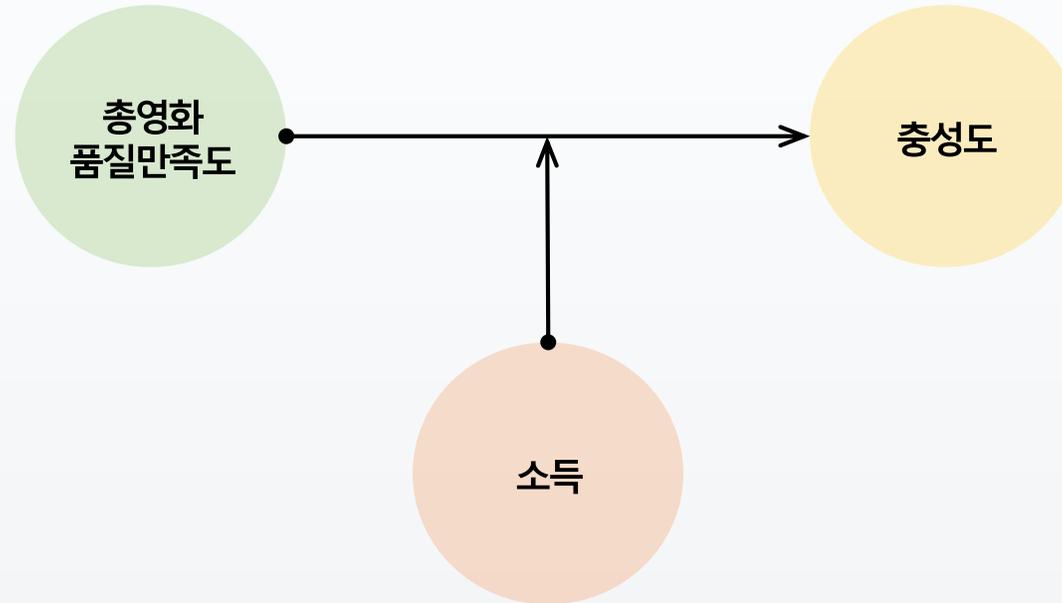
다. 조절효과의 해석

- 기본적으로 독립변수와 상호작용 변수가 모두 유의하고 두 변수의 부호가 부(-)이든 정(+)이든 동일한 경우에는 **강화효과**
- 부호가 다를 경우에는 **완충효과**로 해석

독립변수의 부호	상호작용변수의 부호	해석
+	+	조절변수가 높아질수록 독립 → 종속변수의 영향 정도가 정(+)적으로 더욱 강하게 나타난다.
-	-	조절변수가 높아질수록 독립 → 종속변수의 영향 정도가 부(-)적으로 더욱 강하게 나타난다.
+	-	조절변수가 높아질수록 독립 → 종속변수의 영향 정도가 정(+)의 방향으로 약하게 나타난다.
-	+	조절변수가 높아질수록 독립 → 종속변수의 영향 정도가 부(-)의 방향으로 약하게 나타난다.

2. 조절회귀분석대상 변수/모형

가. 조절효과의 검정모델



- 총영화관품질만족도 → 총성도에 미치는 영향이 소득에 따라 다른가? (조절되는가?)
- 소득이 조절변수라면 긍정적(강화)인가 부정적(완충)인가?

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3. 조절회귀분석 설정

The screenshot shows the '통계분석Reporting' (Statistical Analysis Reporting) interface. The navigation menu includes '단변량분석' (Univariate Analysis), '집단비교분석' (Group Comparison Analysis), '척도화분석' (Scale Analysis), and '조절효과분석' (Moderation Effect Analysis). The '조절효과분석' menu is open, showing options like '상관관계분석' (Correlation Analysis), '선형회귀분석' (Linear Regression Analysis), '위계회귀분석' (Hierarchical Regression Analysis), '매개효과분석' (Mediation Effect Analysis), '조절효과분석' (Moderation Effect Analysis), '이항로짓회귀분석' (Binary Logistic Regression Analysis), '다항로짓회귀분석' (Polynomial Logistic Regression Analysis), and '구조방정식' (Structural Equation Modeling).

The main area displays a list of variables for selection. The '전체항목 54건' (Total 54 items) list includes items like '21.서비스만족2 (집단수:5)', '22.서비스만족3 (집단수:5)', '23.요금제도만족1... (집단수:5)', '24.요금제도만족2... (집단수:5)', '25.요금제도만족3... (집단수:5)', '26.고객만족도1 (집단수:5)', '27.고객만족도2 (집단수:5)', '28.고객만족도3 (집단수:5)', '29.고객만족도4 (집단수:5)', and '30.고객만족도5 (집단수:5)'. The '43.연령 (집단수:4)' variable is selected in the '독립변수1건' (Independent Variable 1 item) section. The '56.총영화관품질만...' (Total movie quality) variable is selected in the '조절변수1건' (Moderator Variable 1 item) section. The '55.충성도 (집단수:0)' variable is selected in the '종속변수1건' (Dependent Variable 1 item) section.

Four numbered callouts indicate the steps: ① 클릭 (Click) on the '조절효과분석' menu item, ② 클릭 (Click) on the '조절효과분석' option in the dropdown menu, ③ 변수 선택 후 이동 (Move after variable selection) showing the selection of variables in the independent, moderator, and dependent variable sections, and ④ 클릭 (Click) on the '분석하기' (Analyze) button.

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

4. 조절회귀분석 결과

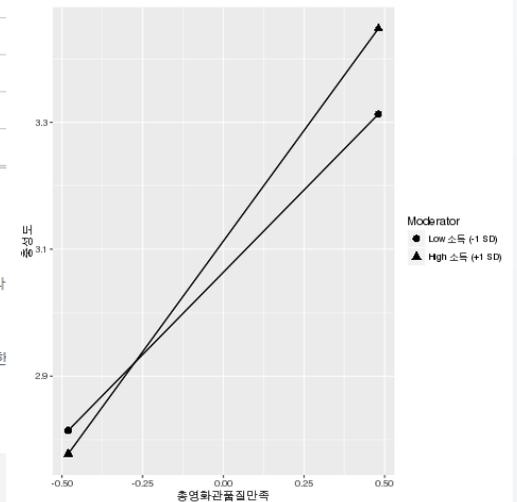
주요+상세 파일저장 ▾ 파일저장 ▾ 파일보관함저장

① 문서로 바로 저장

엑셀 한글 워드

변수	모형 1				모형 2				모형 3			
	B	베타	t-value	p	B	베타	t-value	p	B	베타	t-value	p
(상수)	3.280		27.275	0.000	3.321		26.938	0.000	3.323		27.027	0.000
성별	-0.025	-0.022	-0.410	0.682	-0.028	-0.025	-0.461	0.645	-0.032	-0.028	-0.521	0.603
연령	-0.061	-0.112	-2.058	0.041	-0.076	-0.139	-2.420	0.016	-0.075	-0.138	-2.402	0.017
총영 화관 품질 만족 (C)	0.585	0.501	9.180	0.000	0.579	0.496	9.098	0.000	0.590	0.505	9.234	0.000
소득 (C)					0.040	0.083	1.454	0.147	0.043	0.089	1.549	0.123
총영 화관 품질 만족 (C)*소득 (C)									0.076	0.000	1.581	0.100
R ²	0.276				0.282							
R ² 증가량	-				0.006							
F 증가량	31.224				2.114							
F 증가량의 p	0.000				0.147							
F-value	31.224				24.053							
p	0.000				0.000							

Simple Slope 도표제시



조절효과분석 결과

1단계 독립변수가 종속변수인 충성도를 설명하는 정도는 약 27.6%로 나타났으며, 본 회귀모형은 통계적으로 유의하였다($F=31.224, p(0.05)$).

다음 2단계에서 조절변수인 '소득'을 투입한 결과, 설명력은 약 0.6% 증가하였으며, 이러한 설명력의 증가는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($F=2.114, p \geq 0.05$). 소득은 충성도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며 (conditional effect)는 유의하지 않은 것으로 파악되었다.

마지막으로 3단계에서 독립변수와 조절변수의 상호작용변수를 투입한 결과, 설명력은 약 0.7% 증가하였으며, 이러한 설명력의 증가는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다($F=2.322, p \geq 0.05$). 또한 상호작용변수는 유의한 effect)는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

따라서 조절변수인 소득의 조절효과는 유의하지 않은 것으로 파악되었다.

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계

2. 종합사례연구

3. DataIN으로 자료등록하기

4. 빈도분석

5. 기술통계분석

6. 가설과 통계량

7. 교차분석

8. 신뢰도 분석과 요인분석

9. t-test 분석

10. 분산분석

11. 상관관계분석

12. 선형회귀분석

13. 매개회귀분석

14. 조절회귀분석

15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

5. 조절회귀분석 결과정리 및 해석

9. 조절효과분석

변수	모형1				모형2				모형3			
	B	베타	t-value	p	B	베타	t-value	p	B	베타	t-value	p
(상수)	3.280		27.275	0.000	3.321		26.938	0.000	3.323		27.027	0.000
성별	-0.025	-0.022	-0.410	0.682	-0.025	-0.025	-0.461	0.645	-0.032	-0.025	-0.521	0.603
연령	-0.061	-0.112	-2.055	0.041	-0.076	-0.139	-2.420	0.016	-0.075	-0.138	-2.402	0.017
총영화관람횟수만족	0.555	0.501	9.180	0.000	0.579	0.496	9.098	0.000	0.590	0.505	9.234	0.000
소득					0.040	0.053	1.454	0.147	0.043	0.059	1.549	0.123
총영화관람횟수만족*소득									0.076	0.053	1.524	0.129
R ²	0.276				0.282				0.289			
R ² 증가량	-				0.006				0.007			
F 증가량	31.224				2.114				2.322			
F 증가량의 p	0.000				0.147				0.129			
F-value	31.224				24.053				19.810			
p	0.000				0.000				0.000			

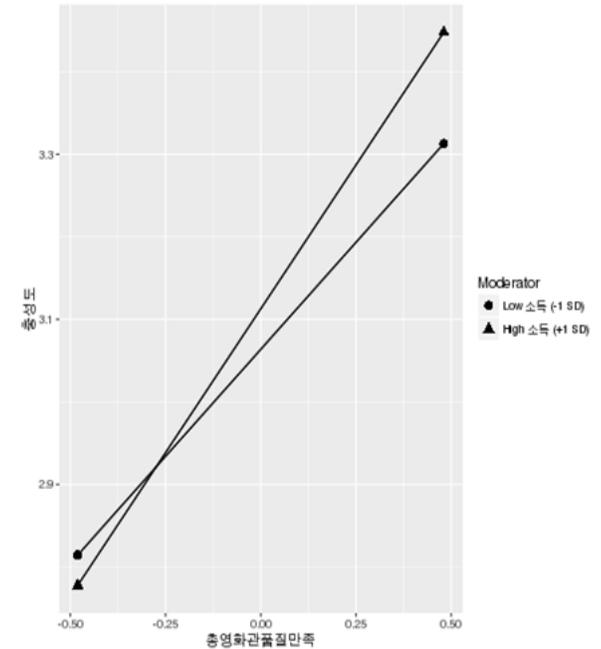
조절효과분석 결과

1단계 독립변수가 종속변수인 총성도를 설명하는 정도는 약 27.6%로 나타났으며, 본 회귀 모형은 통계적으로 유의하였다(F=31.224, p<0.05).

다음 2단계에서 조절변수인 '소득'을 투입한 결과, 설명력은 약 0.6% 증가하였으며, 이러한 설명력의 증가는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(F=2.114, p≥0.05). 소득은 총성도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나(t=1.454, p≥0.05), 조절변수의 조건부효과(conditional effect)는 유의하지 않은 것으로 파악되었다.

마지막으로 3단계에서 독립변수와 조절변수의 상호작용변수를 투입한 결과, 설명력은 약 0.7% 증가하였으며, 이러한 설명력의 증가는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다(F=2.322, p≥0.05). 또한 상호작용변수는 유의한 영향을 미치지 않고 있어 상호작용효과(interaction effect)는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

따라서 조절변수인 소득의 조절효과는 유의하지 않은 것으로 파악되었다.



- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

1. 로지스틱회귀분석의 직관적 이해

가. 로지스틱 회귀분석의 개념

1) 기본개념

- 회귀분석은 독립변수와 종속변수가 연속형인 양적 데이터로 이루어진 경우에 사용
- 로지스틱 회귀분석은 종속변수가 범주형 자료일 경우 적용하는 회귀분석

2) 특징

- 종속변수가 명목형이라는 점에서 판별분석과 유사하나 독립변수의 정규분포를 엄격히 가정하지 않음
- 모형 진단에 유용하여 판별분석에 비해 더욱 선호되는 경향
- 독립변수로 범주형(명목/서열척도)자료도 가능

종속변수의 범주수	분석방법
2개	이항 로지스틱 회귀
3개 이상	다항 로지스틱 회귀

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-1. 이항로지스틱 분석모형

측제품질만족도

- 영화품질만족도
- 영화관이용만족도
- 직원친절만족도
- 직원응대만족도
- 서비스만족도
- 요금제도만족도

일반적 특성

- 성별
- 연령대
- 직업집단
- 소득집단



종속변수(이분형)

- 영화관 지속이용여부
(2집단: 있다/없다)

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-2. 이항로지스틱 분석설정

보고서Reporting | 통계분석Reporting | ① 클릭

단변량분석 ▾ | 집단비교분석 ▾ | 척도화분석 ▾ | 이항로지스틱회귀분석 ▾

방법 : 입력 전진(LR) 전진(Wald) 후진(LR) 후진(Wald)

④ 클릭

③ 변수 선택 후 이동

분석초기화 | 분석하기

② 클릭

전체항목 56건

40.영화관이용빈도... (집단수:5)	41.최근영화관람시... (집단수:5)
44.직업 (집단수:7)	45.소득 (집단수:5)
54.고객만족도 (집단수:0)	55.충성도 (집단수:0)
56.총영화관품질만... (집단수:0)	57.영화품질만족1... (집단수:3)

상관관계분석
선형회귀분석
위계회귀분석
매개효과분석
조절효과분석
이항로지스틱회귀분석
다항로지스틱회귀분석
경로분석
구조방정식

독립변수(범주형) 4건

42.성별 (집단수:2)	43.연령 (집단수:4)	46.소득집단 (집단수:4)
------------------	------------------	--------------------

종속변수 1건

35.지속이용여부 (집단수:2)

2-3. 이항로지스틱 분석결과

주요+상세 파일저장 ▾
파일저장 ▾
파일보관함저장

변수	B	S.E.	Wals	자유도	유의 확률	승산비 (OR)	OR에 대한 95% 신뢰구간	
							하한	상한
영화품질만족도	0.435	0.242	3.224	1.000	0.073	1.545	0.966	2.506
영화관이용만족도	0.020	0.214	0.009	1.000	0.925	1.020	0.668	1.552
직원친절만족도	0.313	0.293	1.147	1.000	0.284	1.368	0.773	2.450
직원응대만족도	0.106	0.283	0.140	1.000	0.708	1.112	0.639	1.943
서비스만족도	-0.603	0.277	4.725	1.000	0.030	0.547	0.313	0.933
요금제도만족도	-0.336	0.194	3.006	1.000	0.083	0.715	0.485	1.040
상수항	0.383	0.938	0.167	1.000	0.683	1.467		

분류정확도: 60.4%, Pseudo R² (McFadden: 3.0%, Cox*Snell: 4.1%, Nagelkerke: 5.4%)

이항로지스틱회귀분석 결과
Cox*Snell: 4.1%, Nagelkerke: 5.4%로 각각 나타났다.

독립변수 중 종속변수인 '지속이용여부'에 유의한 영향을 미치는 변수를 파악한 결과, 서비스만족도가 유의수준 0.05에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(p(0.05)).

서비스만족도는 1증가할수록 (계속 한 영화관을 이용하였다) 확률이 0.547배 높은 것으로 나타났다.
독립변수가 종속변수인 '지속이용여부'를 예측하는 정도는 약 60.4%로 나타났으며, 유사 설명력은 McFadden: 3.0%로 나타났다.

엑셀
한글
워드

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataIN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

2-3. 이항로지스틱 분석결과

측제품질만족도

- 영화품질만족도
- 영화관이용만족도
- 직원친절만족도
- 직원응대만족도
- 서비스만족도
- 요금제도만족도

일반적 특성

- 성별
- 연령대
- 직업집단
- 소득집단



종속변수(이분형)

- 이용 영화관 (4집단)

1. 척도와 분석방법과의 관계
2. 종합사례연구
3. DataN으로 자료등록하기
4. 빈도분석
5. 기술통계분석
6. 가설과 통계량
7. 교차분석
8. 신뢰도 분석과 요인분석
9. t-test 분석
10. 분산분석
11. 상관관계분석
12. 선형회귀분석
13. 매개회귀분석
14. 조절회귀분석
15. 로지스틱회귀분석

3-1. 다항로지스틱 분석모형

The screenshot illustrates the steps for performing a multinomial logistic regression analysis in the DataN software:

- ① 클릭**: Click on the '다항로지스틱회귀분석' (Multinomial Logistic Regression) option in the analysis menu.
- ② 클릭**: Click on the '다항로지스틱회귀분석' (Multinomial Logistic Regression) option in the dropdown menu.
- ③ 변수 선택 후 이동**: Select the variables to be analyzed (e.g., 33. 충성도3, 35. 지속이용여부, 37. 전환의향, 38. 전환영화관, 40. 영화관이용빈도..., 41. 최근영화관람시..., 42. 성별, 43. 연령, 44. 직업, 45. 소득, 48. 영화품질만족도..., 49. 영화관이용만족..., 50. 직원친절만...) and click the '분석하기' (Analyze) button.
- ④ 클릭**: Click the '분석하기' (Analyze) button to execute the analysis.

- 1. 척도와 분석방법과의 관계
- 2. 종합사례연구
- 3. DataIN으로 자료등록하기
- 4. 빈도분석
- 5. 기술통계분석
- 6. 가설과 통계량
- 7. 교차분석
- 8. 신뢰도 분석과 요인분석
- 9. t-test 분석
- 10. 분산분석
- 11. 상관관계분석
- 12. 선형회귀분석
- 13. 매개회귀분석
- 14. 조절회귀분석
- 15. 로지스틱회귀분석

3-2. 다항로지스틱 분석결과

주요결과		상세결과		주요+상세 파일저장		파일저장		파일보관람저장	
						엑셀 한글 워드			
이동영화관		B	표준오차	Wald	자유도	유의확률	exp(B)	exp(B)에 대한 95% 신뢰구간	
								하한값	상한값
프리머스	성별								
	(성별)2	0.448	0.422	1.123	1	0.289	1.565	-0.380	1.275
	연령								
	(연령)2	0.242	0.646	0.140	1	0.708	1.273	-1.025	1.508
	(연령)3	-0.306	0.772	0.157	1	0.692	0.737	-1.819	1.208
	(연령)4	-1.607	0.867	3.437	1	0.064	0.200	-3.306	0.092
	소득집단								
	(소득집단)2	-1.058	0.592	3.202	1	0.074	0.347	-2.218	0.101
	(소득집단)3	-0.473	0.684	0.478	1	0.489	0.623	-1.815	0.868
	(소득집단)4	-1.307	0.719	3.309	1	0.069	0.271	-2.716	0.101
	직업집단								
	(직업집단)2	1.342	0.632	4.506	1	0.034	3.826	0.103	2.581
	(직업집단)3	0.202	0.803	0.063	1	0.801	1.224	-1.371	1.775
	(직업집단)4	0.800	0.746	1.150	1	0.283	2.226	-0.662	2.263
영화품질만족도	-0.092	0.347	0.071	1	0.790	0.912	-0.773	0.588	
영화관이용만족도	0.390	0.333	1.371	1	0.242	1.477	-0.263	1.043	
직원친절만족도	-0.576	0.442	1.697	1	0.193	0.562	-1.443	0.291	
직원응대만족도	-0.617	0.434	2.027	1	0.155	0.539	-1.467	0.233	
분류정확도: 47.2%, Pseudo R ² (McFadden: 13.5%, Cox*Snell: 31.1%, Nagelkerke: 33.2%)								7	2.325
								38	0.396

① 문서로 바로 저장

결과표 및 결과의 자동해석 제시!!

다항로지스틱회귀분석 결과
 독립변수가 종속변수인 '이용영화관'을 예측하는 정도는 약 47.2%로 나타났으며, 유사 설명력은 MacFadden: 13.5%, Cox*Snell: 31.1%, Nagelkerke: 33.2%로 각각 나타났다.

독립변수 중 종속변수인 이용영화관-프리머스에 유의한 영향을 미치는 변수를 파악한 결과, (직업집단)2,서비스만족도가 유의수준 0.05에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<0.05).

직업집단은(프리머스)확률이 참조변수에 비해 (직업집단)2은 3.826배 높은 것으로 나타났다.
 서비스만족도는 1증가할수록 (프리머스) 확률이 4.141배 높은 것으로 나타났다.

THANK YOU



와이즈인컴퍼니
WiseIN Company

와이즈인컴퍼니 / 와이즈통계학원
서울시 강남구 역삼로 123 한양빌딩 7층 www.snscon.com T 02.558.5144 F 02.558.5146