

# Effect of COVID-19 Risk Perception on Cosmeceutical Purchase Intention and Behavior

Mi Jeong Choi\*, Yu Ri Kim

Biomedical Biotechnology Research Institute Co., Ltd., Goyang-si, Gyeonggi-do, Korea

\*Corresponding author: Mi Jeong Choi,  
Biomedical Biotechnology Research  
Institute Co., Ltd., 847, Dongguk University  
cluster center, 32, Dongguk-ro, Ilsandong-  
gu, Goyang-si, Gyeonggi-do 10326, Korea  
Tel.: +82 31 811 9323  
Fax: +82 70 7469 9326  
Email: mijung7582@gmail.com

Received April 18, 2022

Revised August 25, 2022

Accepted August 29, 2022

Published September 30, 2022



## Abstract

**Purpose:** The purpose of this study is to empirically investigate how the perception of risk of COVID-19 affects consumers' intentions or behaviors to purchase cosmeceuticals. **Methods:** Adults in their 20s or older living in the Seoul metropolitan area were sampled. The survey was conducted for two weeks from the third week to the fourth week of February 2022, and only 230 valid data were used for the final analysis, excluding insincere responses. **Results:** Perception of social/environmental, economic, and psychological risk for COVID-19 was found to have a negative (-) effect on purchase intention, and cosmeceutical cosmetics purchase intention had a significant positive (+) effect on purchase behavior. Also, among the perceptions of risk of COVID-19, social/environmental risk, economic risk, physical risk, and psychological risk perception were found to have a significant negative (-) effect on purchasing behavior. The mediating effect of purchase intention was confirmed in the relationship between risk perception of COVID-19 and cosmeceutical purchasing behavior. **Conclusion:** As a result of the study, it was found that the perceived risk of COVID-19 by adults in their 20s and older decreased their purchase intention or behavior for cosmeceutical cosmetics. The results of this study will be meaningful as it empirically examined how the risk perception of COVID-19 affects purchase intentions and behaviors for cosmeceuticals and will have great implications for the cosmeceutical industry preparing for the post-corona era.

**Keywords:** COVID-19, Risk perception, Purchase intention, Purchase behavior, Cosmeceutical

## Introduction

2021년 글로벌 팬데믹으로 선포된 코로나19의 장기화는 여성들에게 코로나19 위험을 지각 시켜 화장품 사용 실태와 구매 형태를 변화시켰다. 여성들은 외출 자제와 비대면 소비문화 확산 및 마스크 착용 의무화에 따라 화장품에 대한 기대소비 심리가 위축되면서 화장품 사용에도 변화가 나타났다(Park & Kim, 2021). 즉, 코로나19 위험으로 비대면 형식의 사회 교류가 증가함에 따라 화장에 대한 관심이 줄어들었고 마스크 착용 일상화로 눈을 중심으로 하는 화장 트렌드가 생겼으며, 사회적으로 언택트(untact)가 유행되고 사회적 거리두기가 권장됨에 따라 사용 행태에 변화가 생긴 것이다. 또한 코로나19는 시장변화에 민감하고 유행에 빠르게 변화하는 화장품과 같은 기호성

상품까지도 대면 구매를 통한 코로나19 감염을 우려하여 온라인 구매를 선호하게 만들었다(Lim & Seo, 2021). 즉, 오프라인 매장에서 직접 구매하는 것보다 위험성과 불확실성을 초래하는 상황에서도 코로나19는 온라인으로 직접化妆품을 구매하는 소비자를 증가시킨 것이다.

또한 코로나19는 화장품 산업구조에도 영향을 주었는데 2020년 국내 화장품 업계는 사회적 거리두기 확산, 마스크 일상화 등의 여파로 메이크업 제품 보다는 스킨케어 제품이, 스킨케어 제품 중에서도 민감성 피부를 위한 코스메슈티컬(cosmeceutical) 제품이 인기를 얻었다. 코스메슈티컬은 화장품(cosmetic)과 의약품(pharmaceutical)의 합성어로 단순한 기능성 화장품에서 의약품의 전문적인 치료 기능을 갖춘 화장품을 뜻한다(Park & Cho, 2014). 이

화장품은 의약품과 유사한 효능을 지닌 성분을 활용해 만들어지는 화장품으로 문제성 피부의 단독적인 치료에 에스테틱 화장품을 사용함으로써 시너지 효과를 기대할 수 있는데 미백, 주름 개선, 여드름 제거 기능이 있으며, 일반 화장품에 비해 색소, 향료, 방부제 등 유해성분 사용도 적어 트러블 피부에 적합하다(Lee *et al.*, 2020).

최근에는 나만의 맞춤형 화장품을 찾는 소비자가 증가하고 마스크 착용에 따른 피부 트러블에 대한 우려가 확산되면서 위축된 소비자들의 심리적인 요인에 기인한 코스메슈티컬 제품이 증가하고 있는 추세이다(Kang & Lee, 2021a), 이에 화장품 기업들은 이러한 화장품 구매 트렌드에 맞추어 소비자들에게 코스메슈티컬에 대한 유행 정보와 사용방법 등 매장에서 체험할 수 있도록 마케팅 전략을 시행하고 있으며, 이를 통해 좋은 브랜드 이미지를 소비자에게 인식시켜 경쟁브랜드와 차별화시키려고 노력하고 있다.

한편 소비자의 구매 행동은 소비자가 자신의 욕구를 충족시켜줄 것으로 기대하는 제품이나 서비스나 아이디어를 탐색, 구매, 사용, 평가하는 과정에서 보여주는 행동을 의미한다(Park & Kim, 2021). 또한 구매 의도는 소비자의 구매 가능성 또는 구매 의지를 말하는 것으로 구매 의사결정과정을 통해 형성되며, 구매 행동의 결정요인으로 밝혀졌다(Jung *et al.*, 2017). Whang & Lee (2010)는 구매의도가 소비자의 계획된 미래 행동으로 제품이나 서비스에 대한 태도가 행동으로 이행될 가능성을 의미하며, 화장품 구매 행동과 매우 높은 상관관계가 있음을 주장하였다.

화장품의 구매와 관련된 행동이나 의도들은 쇼핑 성향, 라이프스타일 등 구매 행동의 주체인 소비자의 심리적 변인들은 물론이고 코로나19와 같은 전염병에 대한 위기 인식 등의 소비자의 외부 환경적인 영향도 받는다. 코스메슈티컬은 소비자가 가지는 아름다움을 추구하려는 감성적 욕구와 제품이 가지는 기능성에 대한 기대치가 결합되어 소비로 이어지므로, 화장품을 구매할 때 제품의 특성이나 기능성이 중요한 구매 요인이 된다.

최근 수행된 코스메슈티컬에 관한 연구들은 마케팅에 초점을 두고 있으며, 코스메슈티컬 관계 품질과 행동 의도(Kang & Lee, 2021b), 코스메슈티컬 복합적 인식 및 만족도(Park & Kwon, 2017), 코스메슈티컬 인식도 및 구매 행동(Lee *et al.*, 2019), 코스메슈티컬 마케팅 전략(Lee *et al.*, 2020) 등 다양한 관점에서 수행되어 왔지만 실질적으로 코로나19 위험 지각이 이러한 코스메슈티컬 제품의 구매 의도나 행동에 미치는 영향을 살펴본 연구는 미흡했다. 따라서 코로나19 위험 지각에 따른 화장품 구매 의도나 행동과 관련한 주제의 연구들은 포스트 코로나 시대를 대비하는 화장품 산업에 주는 시사점이 매우 클 것으로 판단된다.

이에 본 연구에서는 코로나19 위험 지각이 코스메슈티컬 구매 의도나 구매행동에 어떠한 영향을 미치는지 실증 규명을 통해 검증해 보고자 한다. 이러한 연구결과는 코로나19 위기상황에서 화장품 기업들의 매출 증대의 극대화를 위한 효율적인 마케팅 수립에 필요한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

## Methods

### 1. 연구대상 및 자료 수집방법

본 조사에서는 서울 수도권에 거주하는 20대 이상의 성인들을 조사대상으로 하였다. 이들 성인들을 표본 집단으로 하여 2022년 2월 셋째 주부터 넷째 주까지 2주 동안 실시하였다. 설문조사는 온라인 설문지를 통해 배포하여 응답에 협조한 조사대상 성인들에게 본 연구의 취지와 목적에 대해 충분히 설명하고, 동의를 얻은 후 자기기입법에 의해서 설문지를 작성하도록 하였다. 회신된 설문지 300부 가운데 불성실한 응답을 제외하고 유효한 자료인 230명만 최종 분석에 활용하였다.

### 2. 연구도구

코로나19 위험 지각은 감염으로 인한 신체적 위험으로부터의 불안과 경기침체 등 질병과 사회적으로 발생하고 있는 사회, 환경적 변화 현상에 대한 지각하는 두려움이다. 이러한 코로나19 위험 지각에 대해 Yoon (2021)과 Rho & Yi (2021) 등은 사회환경적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 인간 관계적 위험, 심리적 위험 등의 하위 요인들을 제시하였으며, 본 연구에서는 타당도와 신뢰도가 검증된 이들의 측정도구를 수정 및 보완하여 사회 환경적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험 4개 하위요인으로 모형을 설계하였다. 또한 구매의도 및 구매 행동은 Cho *et al.* (2021)의 연구에서 사용된 척도를 본 연구의 특성에 맞게 수정 및 보완하여 단일 요인화하여 조사를 실시하였다. 모든 문항은 Likert 5점 척도로 측정하였다.

### 3. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 독립변인으로 코로나19 위험 지각, 종속변인으로 코스메슈티컬 구매 행동, 매개변인으로 코스메슈티컬 구매의도 변인을 설계하였다. 연구모형은 Figure 1과 같다.

본 연구의 모형을 기초로 하여 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H1. 코로나19의 위험 지각은 코스메슈티컬 구매의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 사회·환경적 위험은 코스메슈티컬 구매의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 심리적 위험은 코스메슈티컬 구매의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 신체적 위험은 코스메슈티컬 구매의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 경제적 위험은 코스메슈티컬 구매의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2. 코스메슈티컬 구매의도는 구매행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3. 코로나19의 위험 지각은 코스메슈티컬 구매행동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 사회·환경적 위험은 코스메슈티컬 구매행동에 부(-)의 영

향을 미칠 것이다.

H3-2. 심리적 위협은 코스메슈티컬 구매행동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3. 신체적 위협은 코스메슈티컬 구매행동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H3-4. 경제적 위협은 코스메슈티컬 구매행동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H4. 코로나19의 위험 지각과 코스메슈티컬 구매 행동의 관계에서 구매의도의 매개 효과가 있을 것이다.

H4-1. 사회·환경적 위협과 코스메슈티컬 구매행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 있을 것이다.

H4-2. 심리적 위협과 코스메슈티컬 구매행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 있을 것이다.

H4-3. 신체적 위협과 코스메슈티컬 구매행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 있을 것이다.

H4-4. 경제적 위협과 코스메슈티컬 구매행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 있을 것이다.

4. 분석방법

본 연구를 위해 수집된 자료의 통계 처리는 SPSS 28.0과 SPSS

Macro 3.4를 사용하여 분석하였다. 첫째, 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도 분석을 실시하여 빈도와 백분율을 산출하였다. 둘째, 연구 변인인 코로나19 위험 지각, 코스메슈티컬 구매 의도 및 구매 행동 측정 항목의 타당도와 신뢰도 검증을 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis, EFA)을 실시하였고, 신뢰도 분석을 통해 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 산출하였다. 셋째, 연구 대상자들이 인식하는 코로나19 위험 지각, 코스메슈티컬 구매의도 및 구매 행동 수준을 파악하기 위하여 기술통계분석을 실시하여 평균, 표준편차, 범위, 왜도, 첨도 등을 산출하였다. 넷째, 코로나19 위험 지각, 코스메슈티컬 구매의도 및 구매 행동 간의 상관관계를 파악하기 위해 피어슨 상관관계 분석(Pearson correlation analysis)을 실시하였다. 다섯째, 코로나19 위험 지각, 코스메슈티컬 구매 의도 및 구매 행동 간의 영향관계를 분석하기 위해서 다중회귀분석(Multi-regression analysis)을 실시하였다. 여섯째, 코로나19의 위험 지각과 코스메슈티컬 구매 행동의 관계에서 구매의도의 매개효과를 검증하기 위해 SPSS Macro (Model 4)를 통해 부트스트래핑(bootstrapping)을 실시하였다. 이상의 모든 분석은 통계적 유의수준 0.05 수준으로 검증하였다.

Table 1. General characteristics

(N=230)

	Item	N	%
Gender	Male	41	17.8
	Female	189	82.2
Age (years)	20's or younger	39	17.0
	30s	93	40.4
	40s	63	27.4
	over 50	35	15.2
Monthly income	Less than 2 million won	52	22.6
	Less than 200 to 3 million won	57	24.8
	Less than 300-4 million won	57	24.8
	Less than 400-5 million won	37	16.1
	Over 500 million won	27	11.7
Academic achievement	Less than high school graduate	43	18.7
	2-year college graduation	45	19.6
	4-year college graduation	102	44.3
	Graduate school	40	17.4
Job	Profession	15	6.5
	Self-employment	49	21.3
	Production job	11	4.8
	Office worker	65	28.3
	Sales/Service jobs	44	19.1
	Student	10	4.3
	Etc.	36	15.7

## Results and Discussion

### 1. 연구 대상자의 인구통계학적 특성

연구 대상자의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같이 전체 응답자는 230명이었고, 인구통계학적 특성에 따른 분포는 다음과 같다. 성별로는 남성은 41명(17.8%), 여성은 189명(82.2%)이었고, 연령별로는 20대 이하는 39명(17.0%), 30대는 93명(40.4%), 40대는 63명(27.4%), 50대 이상은 35명(15.2%)이었다. 월평균 소득별로는 200만원 미만은 52명(22.6%), 200-300만원 미만은 57명(24.8%), 300-400만원 미만은 57명(24.8%), 400-500만원 미만은 37명(16.1%), 500만원 이상은 27명(11.7%)이었고, 학력별로는 고졸 이하는 43명(18.7%), 2년제 재/졸은 45명(19.6%), 4년제 재/졸은 102명(44.3%), 대학원 이상은 40명(17.4%)이었다. 직업별로는 전문직은 15명(6.5%), 자영업은 49명(21.3%), 생산직은 11명(4.8%), 사무직은 65명(28.3%), 판매/서비스직은 44명(19.1%), 학생은 10명(4.3%), 기타는 36명(15.7%)이었다.

### 2. 측정 도구의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구에서는 가설 검증을 위한 예비분석으로 탐색적 요인분석(EFA)과 신뢰도분석을 실시하였다. 우선 각 변수별 설문 문항에 대해 직각회전(varimax) 방식으로 요인분석을 실시하였다. 요인 추출의 기준이 되는 고유값(eigenvalue)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.5 이상

으로 정하였고, 요인분석을 반복하면서 0.5가 넘지 않는 문항들을 제거하였다. 또한 각각의 요인별로 묶여진 문항에 대해서 신뢰도 분석을 실시하였고, Cronbach's  $\alpha$  계수를 측정하여 검증하였다.

코로나19 위험 지각의 16개 문항에 대한 탐색적 요인분석을 반복한 결과, 16번의 1개 문항은 타당도를 저해하는 항목으로 나타나 분석에서 제외시켰다(Table 2). 그 결과 표본 적합도를 검증하는 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) 값이 0.930, 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett의 구형성 검증 결과  $\chi^2=2722.092$ ,  $df=105$ ,  $p<0.001$ 로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재함을 확인하였다. 요인분석의 결과에 따라 4개의 요인이 도출되었고, 모든 항목의 요인 적재량이 0.5 이상으로 나타나 타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있었다. 그리고 신뢰도 분석 결과 사회·환경적 위험 Cronbach's  $\alpha=0.930$ , 심리적 위험 Cronbach's  $\alpha=0.907$ , 신체적 위험 Cronbach's  $\alpha=0.821$ , 경제적 위험 Cronbach's  $\alpha=0.901$ 로 모두 기준값 0.6보다 높게 나타나 측정 자료의 내적 일관성이 있는 것으로 나타났다.

구매의도 및 구매행동에 대한 탐색적 요인분석 결과(Table 3, 4), 표본 적합도를 검증하는 KMO 값이 각각 0.807, 0.835 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett의 구형성 검증 결과  $\chi^2=372.090$ ,  $df=10$ ,  $p<0.001$  및  $\chi^2=959.929$ ,  $df=10$ ,  $p<0.001$ 로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재함을 확인하였다. 요인분석의 결과에 따라 1개의 요인이 각각 도출되었고, 모든 항목의 요인 적재량이 0.5

**Table 2. Reliability and validity of COVID-19 risk perception**

Item	Social/ Environmental risks	Psychological risk	Physical risk	Economic risk
1. Our society has suffered many damages due to the COVID-19.	<b>0.831</b>	0.258	0.131	0.159
2. COVID-19-related issues are the most important issue in our society.	<b>0.814</b>	0.339	0.213	0.258
3. Our society has a high degree of risk from Corona.	<b>0.794</b>	0.250	0.238	0.289
4. The COVID-19 situation in our society is a serious problem.	<b>0.776</b>	0.164	0.253	0.281
15. I am afraid that a similar epidemic will occur again in the future.	0.299	<b>0.852</b>	0.114	0.225
14. I think it can pose a physical risk to me.	0.238	<b>0.845</b>	0.139	0.227
13. I think there must be something wrong.	0.249	<b>0.841</b>	0.191	0.076
11. I feel life threatening if I get infected.	0.231	0.041	<b>0.825</b>	0.000
9. I think COVID-19 is a kind of general pneumonia.	0.183	0.169	<b>0.782</b>	0.194
10. I think COVID-19 has a bad effect on respiratory diseases.	0.075	0.196	<b>0.622</b>	0.479
12. I am afraid of getting infected.	0.296	0.298	<b>0.596</b>	0.443
6. The current COVID-19 has caused huge economic costs.	0.314	0.108	0.178	<b>0.789</b>
7. Due to the current COVID-19, the cost of purchasing a mask is borne.	0.534	0.332	0.206	<b>0.600</b>
5. I suffered economic damage due to COVID-19 .	0.554	0.321	0.215	<b>0.575</b>
8. There are many financial difficulties due to Corona.	0.500	0.324	0.246	<b>0.570</b>
Eigenvalues	3.915	2.906	2.468	2.464
Dispersion explanatory power (%)	26.098	19.375	16.455	16.426
Cronbach's $\alpha$	0.930	0.907	0.821	0.901

KMO=0.933; Bartlett's test=2722.092 ( $p<0.001$ ),  $df=105$ .

이상으로 나타나 타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있었다. 신뢰도 분석 결과 구매 의도와 구매 행동 각각 Cronbach's  $\alpha=0.810, 0.925$ 로 기준값 0.6보다 높게 나타나 측정 자료의 내적일관성이 있는 것으로 나타났다.

### 3. 기술통계 및 상관분석

주요 변인의 일반적 경향을 살펴보고자 평균, 표준편차, 범위를 산출하였고, 정규성 가정 충족 여부를 확인하고자 왜도와 첨도를 산출하였다. 먼저 코로나19 위험 지각의 하위 요인을 보면, 사회·환경적 위험( $M=3.81$ ), 경제적 위험( $M=3.84$ ), 신체적 위험( $M=3.49$ ), 심리적 위험( $M=3.78$ )로 나타나 경제적 위험을 가장 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 구매의도( $M=2.49$ )나 구매행동( $M=2.34$ )은 상대적으로

낮은 것으로 나타났다. 또한 일반적으로 왜도의 절대값이 3.0 이상이거나 첨도의 절대값이 10.0 이상인 경우 정규성 가정을 충족하지 못한 것으로 판단하는데, 본 연구에서는 Table 5와 같이 정규성 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

또한 본 연구에 포함된 모든 변인들 간의 상관관계 분석 결과는 Table 6과 같다. 코로나19 위험 지각의 하위 요인인 사회·환경적 위험( $r=-0.674, p<0.01$ ), 경제적 위험( $r=-0.710, p<0.01$ ), 신체적 위험( $r=-0.542, p<0.01$ ), 심리적 위험( $r=-0.570, p<0.01$ )은 구매 의도와 부(-)의 상관관계가 있었고, 코로나19 위험 지각의 하위 요인인 사회·환경적 위험( $r=-0.757, p<0.01$ ), 경제적 위험( $r=-0.740, p<0.01$ ), 신체적 위험( $r=-0.593, p<0.01$ ), 심리적 위험( $r=-0.612, p<0.01$ )은 구매 행동과 부(-)의 상관관계가 있었다. 코스메슈티컬 구

**Table 3. Reliability and validity of purchase intention**

Item	Purchase intention
3. There is a possibility of purchasing cosmeceutical products in the future.	<b>0.818</b>
4. I will make an effort to purchase cosmeceutical products.	<b>0.790</b>
5. Cosmeceutical cosmetic products will satisfy me.	<b>0.778</b>
2. I want to purchase cosmeceutical products.	<b>0.763</b>
1. I am willing to recommend cosmeceutical products to others.	0.615
Eigenvalues	2.860
Dispersion explanatory power (%)	57.208
Cronbach's $\alpha$	0.810

KMO=0.807; Bartlett's test=372.090 ( $p<0.001$ ),  $df=10$ .

**Table 4. Reliability and validity of purchase behavior**

Questionnaire	Purchase intention
3. I have looked for other information related to cosmeceuticals.	<b>0.913</b>
1. There was a time when I thought that I needed cosmeceuticals.	<b>0.892</b>
2. I remembered news or publicity related to cosmeceuticals.	<b>0.886</b>
4. I have been looking for information to make a cosmeceutical purchase decision.	<b>0.851</b>
5. I visited a store to buy cosmeceuticals.	<b>0.850</b>
Eigenvalues	3.860
Dispersion explanatory power (%)	77.202
Cronbach's $\alpha$	0.925

KMO=0.835; Bartlett's test=959.929 ( $p<0.001$ );  $df=10$ .

**Table 5. Descriptive statistics of variables**

Variable	Average	Standard deviation	Range	Skewness	Kurtosis	
SER <sup>1)</sup>	3.81	0.86	1-5	-1.575	2.274	
Covid-19 risk perception	ER <sup>2)</sup>	3.84	0.89	1-5	-1.385	2.020
	PR <sup>3)</sup>	3.49	0.80	1-5	-0.643	0.389
	PCR <sup>4)</sup>	3.78	0.93	1-5	-0.907	0.830
	PI <sup>5)</sup>	2.49	0.68	1-5	0.705	0.659
PB <sup>6)</sup>	2.34	0.85	1-5	1.086	1.342	

<sup>1)</sup>Social and environmental risks; <sup>2)</sup>Economic risk; <sup>3)</sup>Physical risk; <sup>4)</sup>Psychological risk; <sup>5)</sup>Purchase intention; <sup>6)</sup>Purchase behavior.



매의도( $r=0.684, p<0.01$ )는 구매 행동과 정(+의 상관관계가 있었다.

4. 연구 가설의 검증

코로나19의 위험 지각이 코스메슈티컬 구매의도에 미치는 영향을 검증한 결과는 Table 7과 같다. 우선 분석 전에 독립변수들 간의 다중공선성에 문제가 있는지 검증한 결과 VIF는 1.728-3.492로 10보다 작게 나타나 독립변수들 간의 다중공선성에 문제는 없었다. 그리고 D/W값은 1.880으로 2에 가까운 것으로 나타나 잔차들 간에 상관관계는 없는 것으로 나타났다.

코로나19의 위험 지각이 코스메슈티컬 구매의도를 설명하는 설명력 정도는  $R^2=0.557$ 로 나타나 55.7%의 설명력이 확인되었고,  $F=70.708$ 로 나타나 유의수준  $\alpha=0.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것

으로 나타났다. 코로나19의 위험 지각 중에서 사회·환경적 위험( $\beta=-0.234, p<0.01$ ), 경제적 위험( $\beta=-0.363, p<0.001$ ), 심리적 위험( $\beta=-0.159, p<0.01$ )은 구매의도에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 경제적 위험, 사회·환경적 위험, 심리적 위험 순으로 나타났다. 결론적으로 코로나19의 위험 지각이 코스메슈티컬 구매의도에 미치는 영향에서 가설 H1-1, H1-2, H1-4는 채택되었고, 가설 H1-3는 기각되었다.

코스메슈티컬 구매의도가 구매행동에 미치는 영향을 알아본 결과는 Table 8과 같다.

코스메슈티컬 구매의도가 구매행동을 설명하는 설명력 정도는  $R^2=0.467$ 로 나타나 46.7%의 설명력이 확인되었고,  $F=200.013$ 으로 나타나 유의수준  $\alpha=0.001$ 에서 회귀모형이 적합한 것으로 나타났다.

Table 6. Correlation between variables

Variable	Covid-19 risk perception				PI <sup>5)</sup>	PB <sup>6)</sup>
	SER <sup>1)</sup>	ER <sup>2)</sup>	PR <sup>3)</sup>	PCR <sup>4)</sup>		
Covid-19 risk perception						
SER	1					
ER	0.802**	1				
PR	0.581**	0.653**	1			
PCR	0.599**	0.623**	0.478**	1		
PI	-0.674**	-0.710**	-0.542**	-0.570**	1	
PB	-0.757**	-0.740**	-0.593**	-0.612**	0.684**	1

\*\* $p<0.01$ , <sup>1)</sup>Social and environmental risks, <sup>2)</sup>Economic risk, <sup>3)</sup>Physical risk, <sup>4)</sup>Psychological risk, <sup>5)</sup>Purchase intention, <sup>6)</sup>Purchase behavior.

Table 7. The effect of risk perception of COVID-19 on purchase intention

Variable	Non-standardized coefficient		Standardization factor	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(a constant)	4.990	0.158		31.580	0.000	
SER <sup>1)</sup>	-0.185	0.060	-0.234	-3.065**	0.002	2.962
ER <sup>2)</sup>	-0.279	0.064	-0.363	-4.375***	0.000	3.492
PR <sup>3)</sup>	-0.080	0.051	-0.093	-1.574	0.117	1.789
PCR <sup>4)</sup>	-0.116	0.043	-0.159	-2.726**	0.007	1.728
Dependent variable: PI <sup>5)</sup>						
$R^2=0.557$ , Adjusted $R^2=0.549$ , $F=70.708$ ***, $p=0.000$ , D/W=1.880						

\*\* $p<0.01$ ; \*\*\* $p<0.001$ ; <sup>1)</sup>Social and environmental risks; <sup>2)</sup>Economic risk; <sup>3)</sup>Physical risk; <sup>4)</sup>Psychological risk; <sup>5)</sup>Purchase intention.

Table 8. Effect of purchase intention on purchase behavior

Variable	Non-standardized coefficient		Standardization factor	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(a constant)	4.990	0.158		31.580	0.000	
PI <sup>1)</sup>	-0.185	0.060	-0.234	-3.065**	0.002	2.962
Dependent variable: PB <sup>2)</sup>						
$R^2=0.467$ , Adjusted $R^2=0.465$ , $F=200.013$ ***, $p=0.000$ , D/W=1.812						

\*\* $p<0.01$ ; \*\*\* $p<0.001$ ; <sup>1)</sup>Purchase intention; <sup>2)</sup>Purchase behavior.

코스메슈티컬 구매의도( $\beta=0.684, p<0.001$ )는 구매행동에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 코스메슈티컬 구매의도가 구매행동에 미치는 영향에서 가설 H2는 채택되었다.

코로나19의 위험지각이 코스메슈티컬 구매행동에 미치는 영향을 검증한 결과는 Table 9와 같다. 우선 분석 전에 독립변수들 간의 다중공선성에 문제가 있는지 검증한 결과 VIF는 1.728-3.492로 10보다 작게 나타나 독립변수들 간의 다중공선성에 문제는 없었다. 그리고 D/W값은 1.903으로 2에 가까운 것으로 나타나 잔차들 간에 상관관계는 없는 것으로 나타났다.

코로나19의 위험지각이 코스메슈티컬 구매행동을 설명하는 설명력 정도는  $R^2=0.651$ 로 나타나 65.1%의 설명력이 확인되었고,  $F=105.053$ 으로 나타나 유의수준  $\alpha=0.001$ 에서 회귀모형이 적합한 것으로 나타났다. 코로나19의 위험지각 중에서 사회·환경적 위험( $\beta=-0.391, p<0.001$ ), 경제적 위험( $\beta=-0.237, p<0.01$ ), 신체적 위험( $\beta=-0.130, p<0.05$ ), 심리적 위험( $\beta=-0.168, p<0.01$ )은 구매행동에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 사회·환경적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험, 신체적 위험 순으로 나타났다. 결론적으로 코로나19의 위험지각이 코스메슈티컬 구매행동에 미치는 영향에서 가설 H3-1, H3-2, H3-3, H3-4 모두 채택되었다.

코로나19의 위험지각과 코스메슈티컬 구매행동의 관계에서 구매의도의 매개효과를 검증하기 위하여 SPSS Macro (Model 4)를 통해

부트스트래핑을 실시하였고, 그 결과는 Table 10과 같다. 부트스트래핑 방법은 매개(간접)효과 계수에 대한 95% 신뢰구간을 산출하는데, 이 신뢰구간이 0을 포함하지 않으면 매개효과가 0.05 수준에서 통계적으로 유의하다고 결론 내릴 수 있다(Preacher & Hayes, 2004). 본 연구에서는 부트스트랩 표본의 수를 5,000개로 설정하여 검증을 실시하였으며, 95% 신뢰구간에서 매개효과 계수의 상한값과 하한값을 구하였다.

먼저, 사회·환경적 위험→구매의도→구매행동 경로는 간접 효과 계수는 -0.0444이였으며, 하한값 -0.0907, 상한값 -0.0102로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타나 가설 H4-1은 채택되었다. 다음으로, 경제적 위험→구매의도→구매행동 경로는 간접 효과계수는 -0.0607이였으며, 하한값 -0.1232, 상한값 -0.0232로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타나 가설 H4-2는 채택되었다.

다음으로, 신체적 위험→구매의도→구매행동 경로는 간접 효과계수는 -0.0192이였으며, 하한값 -0.0471, 상한값 0.0027로 신뢰구간에 0을 포함하고 있어 매개효과가 유의미하지 않은 것으로 나타나 가설 H4-3은 기각되었다. 다음으로, 심리적 위험→구매의도→구매행동 경로는 간접 효과계수는 -0.0279이였으며, 하한값 -0.0589, 상한값 -0.0056으로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타나 가설 H4-4는 채택되었다.

**Table 9. Effect of risk perception of COVID-19 on purchase behavior**

Variable	Non-standardized coefficient		Standardization factor	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(a constant)	5.746	0.175		32.814	0.000	
SER <sup>1)</sup>	-0.385	0.067	-0.391	-5.770***	0.000	2.962
ER <sup>2)</sup>	-0.228	0.071	-0.237	-3.219**	0.001	3.492
PR <sup>3)</sup>	-0.139	0.056	-0.130	-2.476*	0.014	1.789
PCR <sup>4)</sup>	-0.153	0.047	-0.168	-3.246**	0.001	1.728
Dependent variable: PB <sup>5)</sup>						
$R^2=0.651, \text{ Adjusted } R^2=0.645, F=105.053^{***}, p=0.000, D/W=1.903$						

\* $p<0.05$ ; \*\* $p<0.01$ ; \*\*\* $p<0.001$ ; <sup>1)</sup>Social and environmental risks; <sup>2)</sup>Economic risk; <sup>3)</sup>Physical risk; <sup>4)</sup>Psychological risk; <sup>5)</sup>Purchase behavior.

**Table 10. Verification of the mediating effect of purchase intention in the relationship between risk perception of COVID-19 and cosmeceutical purchasing behavior**

Route	Effect	Boot SE	95% Confidence interval	
			LLCI	ULCI
SER <sup>1)</sup> → PI <sup>5)</sup> → PB <sup>6)</sup>	-0.0444	0.0208	-0.0907	-0.0102
ER <sup>2)</sup> → PI → PB	-0.0607	0.0253	-0.1232	-0.0232
PR <sup>3)</sup> → PI → PB	-0.0192	0.0128	-0.0471	0.0027
PCR <sup>4)</sup> → PI → PB	-0.0279	0.0136	-0.0589	-0.0056

<sup>1)</sup>Social and environmental risks; <sup>2)</sup>Economic risk; <sup>3)</sup>Physical risk; <sup>4)</sup>Psychological risk; <sup>5)</sup>Purchase intention; <sup>6)</sup>Purchase behavior.

## Conclusion

본 연구에서는 코로나19 위험 지각이 코스메슈티컬 구매 의도나 구매행동에 어떠한 영향을 미치는지 실증 규명을 통해 검증해 보았으며, 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 코로나19에 대한 사회환경적, 경제적, 심리적 위험 지각은 구매의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 코스메슈티컬 구매 의도는 구매행동에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 코로나19의 위험 지각 중에서 사회·환경적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험 지각은 구매 행동에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 코로나19의 위험 지각(사회·환경적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험)과 코스메슈티컬 구매 행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 확인되었다.

연구결과, 20대 이상의 성인남녀들이 지각하는 코로나19 위험은 코스메슈티컬에 대한 구매 의도나 행동을 감소시키는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 코로나19 이후 메이크업 정도가 이전보다 낮아졌다는 Park & Kim (2021)과 Kim & Li (2020) 등의 연구결과와 맥을 같이 하고 있다. 그들은 코로나19 발생 후 여성들의 화장에 대한 관심도와 화장 필요성, 제품 구매의도 등이 발생 전에 비해 낮아졌다고 보고하고 있다. 또한 여성들의 외모 관리 기대 가치와 화장관심도가 정(+)의 영향관계임을 확인한 Park & Cho, (2014)의 연구에서도 마스크 착용으로 인한 외모 관리 기대 가치 저하가 여성들의 화장관심도를 낮춘다고 보고하고 있으며, 이외의 연구들에서도(Lim & Seo, 2021; Lee & Kim, 2021) 코로나19는 여성들의 화장의 관심도를 낮추고 화장 얼굴 전체가 아닌 눈 중심의 화장행동으로 변화가 있음을 보고하고 있어 본 연구의 결과를 지지하고 있다.

이러한 화장에 대한 관심도나 행동의 변화는 일반 화장품에 비해 기능성이 높고 고가의 특징을 가지고 있는 코스메슈티컬 대한 필요성에도 영향을 준 것으로 판단된다.

사회환경적 위험 지각이 높은 성인들은 외출을 자제하고 대인관계를 최소화하는 경향이 높기 때문에(Jeong *et al.*, 2022) 화장 관심도가 저하되며, 결국 낮은 화장 빈도로 이어지게 된다. 화장 횟수가 줄어들면 피부 자극이 최소화될 수 있으며, 이는 기존 피부 트러블이 자연적인 치료나 완화로 이어질 수 있다. 또한 마스크 착용은 얼굴을 자외선으로부터 부분적으로 차단해 줄 수 있으며, 주름, 주근깨 등과 같은 피부질환 노출을 최소화 할 수 있는 것이다. 결국 이러한 자연적 피부트러블 완화 및 노출 최소화는 고 기능성인 코스메슈티컬에 대한 필요성을 낮추어 구매 의도나 구매행동에 부(-)의 영향을 주었을 것으로 판단된다. 또한 경제적 위험 지각이 높은 성인들은 코로나19로 인한 경기침체로 경제적 부담을 갖기 때문에 일반 화장품보다 고가인 코스메슈티컬 구매를 기피할 가능성이 있으며, 심리적 위험 지각이 높은 성인들은 사회환경적 위험과 경제적 위험에서 나타나는 특징들이 복합적으로 작용하여 구매 의도나 행동에 부(-)의 영향을 미친 것으로 판단된다.

한편 구매의도는 코로나19 위험인식과 구매행동간의 영향관계를 매개하는 것으로 나타났다. 특히 코로나19 위험인식인 사회·환경적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험에 대한 위험 인식은 코스메슈티컬 구매행동에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사회적 거리두기 등으로 외출이 최소화되면서 기능성 화장품의 필요성이 낮아졌고, 축소된 경제활동에 따라 일반 화장품에 비해 가격이 비싼 코스메슈티컬 구매에 대한 부담과 불안정한 심리적 요인의 증가에 따른 결과로 보인다. 따라서 이러한 어려운 환경에서도 소비자들의 코스메슈티컬 구매력을 높이기 위해서는 소비자들의 구매의도를 유발할 수 있는 마케팅 전략이 요구된다고 할 수 있겠다.

이러한 연구결과는 코스메슈티컬에 대한 구매 의도와 행동에 코로나19의 위험 지각이 어떠한 영향을 주고 있는지를 실증적으로 살펴 보았다는데 의미가 있을 것이며, 포스트 코로나 시대를 준비하는 코스메슈티컬 산업에 주는 시사점이 클 것이다.

하지만 본 연구의 대상은 서울 수도권 지역의 20대 이상의 성인들을 대상으로 한정했기에 연구결과를 확대 또는 일반화하여 해석하는 데에는 주의가 요구되며, 연구결과를 일반화하기 위해서는 지역의 범위를 전국으로 확대하고, 표본 구성을 다양화시키는 연구가 이루어질 필요가 있다. 또한 일반 화장품과 코스메슈티컬 간의 차이를 분석하여 코로나19에 대한 위험 지각과 화장품 산업과 연관된 다양한 변인을 탐색하는 심층적인 후속연구가 필요하다.

## Author's contribution

MJC (CEO) designed all experimental investigations, oversaw the project, and contributed to all aspects of analysis and experimental design. YRK contributed to all aspects of analysis.

## Author details

Mi Jeong Choi (CEO), Biomedical Biotechnology Research Institute Co., Ltd., 847, Dongguk University cluster center, 32, Dongguk-ro, Ilsandong-gu, Goyang-si, Gyeonggi-do 10326, Korea; Yu Ri Kim (Senior Researcher), Biomedical Biotechnology Research Institute Co., Ltd., 847, Dongguk University cluster center, 32, Dongguk-ro, Ilsandong-gu, Goyang-si, Gyeonggi-do 10326, Korea.

## References

- Cho M, Ko EB, Kim JH, Lee JM. Effect of customized cosmetics selection attributes and safety perception on intention to purchase. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 19: 513-524, 2021.



- Jeong D, Chung S, Zhang H. Changes in interpersonal communication and relationship intimacy during the COVID-19 pandemic. *Journal of Speech, Media and Communication Research*, 21: 203-252, 2022.
- Jung M, Jin B, Yang H. The influences of Korean wave and product image on online purchase intention for Korean cosmetics in Vietnam. *Journal of Consumption Culture*, 20: 163-181, 2017.
- Kang YN, Lee IH. The effect of relationship quality of cosmeceutical consumers on behavioral intent. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 22: 646-654, 2021b.
- Kang YN, Lee IH. The effects of experiential values on engagement in cosmeceuticals. *Journal of Korea Society of Beauty Art*, 22: 19-34, 2021a.
- Kim SY, Li SH. Correlation among wearing masks because of COVID-19, makeup satisfaction and goal-oriented attitude. *Journal of Convergence for Information Technology*, 10: 156-165, 2020.
- Lee EK, Jeong HS, Jeong SH. A study for cosmeceutical cosmetics marketing strategy. *Beauty Industry Research*, 14: 71-87, 2020.
- Lee HK, Yoo SH, Li SH. A comparative study on the recognition and purchasing behavior of cosmeceutical cosmetics and medical cosmetics. *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, 36: 73-83, 2019.
- Lee JE, Kim JD. A study on women's appearance interest and cosmetics purchasing behavior due to Corona 19. *Korean Society of Cosmetics and Cosmetology*, 11: 231-242, 2021.
- Lim SH, Seo HS. Influence of COVID-19 risk perception on consumer purchasing behavior of cosmetic products. *Journal of Beauty Art Management*, 15: 9-37, 2021.
- Park E, Cho H. The influence of expected values for appearance management on interest in make-up and cosmetics evaluation criteria. *Journal of Fashion Business*, 18: 22-36, 2014.
- Park SH, Kwon HJ. Customers' convergent recognition and satisfaction about cosmeceuticals. *Journal of Digital Convergence*, 15: 459-464, 2017.
- Park YM, Kim H. A study on changes in women's makeup interest and use patterns before and after the outbreak of COVID-19. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 19: 129-138, 2021.
- Preacher KJ, Hayes AF. SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36: 717-731, 2004.
- Rho SH, Yi CG. The effect of tourists' risk perception due to the COVID-19 on choice intention of accommodations in tourist sites. *Journal of Hospitality & Tourism Studies*, 23: 103-118, 2021.
- Whang WK, Lee YA. A study on the oriental cosmetics behavior and attitudes according to middle, elderly women's lifestyle. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 8: 53-62, 2010.
- Yoon TY. The effect of flyers' risk perception on attitude and behavior intention in the COVID-19 era. *Tourism Research*, 46: 355-374, 2021.

## 국문초록

# 코로나19 위험 지각이 코스메슈티컬(Cosmeceutical) 구매의도 및 구매행동에 미치는 영향

최미정\*, 김유리

바이오의생명공학연구소, 경기도 고양시, 한국

**목적:** 본 연구에서는 코로나19 위험 지각이 코스메슈티컬 구매 의도나 구매 행동에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 규명하는데 그 목적이 있다. **방법:** 서울 수도권에 거주하는 20대 이상의 성인들을 표본 집단으로 하여 2022년 2월 셋째 주부터 넷째 주까지 2주 동안 실시하였으며, 불성실한 응답을 제외하고 유효한 자료인 230명만 최종 분석에 활용하였다. **결과:** 코로나19에 대한 사회환경적, 경제적, 심리적 위험 지각은 구매의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났고 코스메슈티컬 구매 의도는 구매행동에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 코로나19의 위험 지각 중에서 사회·환경적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험 지각은 구매 행동에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 코로나19의 위험 지각(사회·환경적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험)과 코스메슈티컬 구매 행동의 관계에서 구매의도의 매개효과가 확인되었다. **결론:** 연구결과, 20대 이상의 성인남녀들이 지각하는 코로나19 위험은 코스메슈티컬에 대한 구매 의도나 행동을 감소시키는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 코스메슈티컬에 대한 구매 의도와 행동에 코로나19의 위험 지각이 어떠한 영향을 주고 있는지를 실증적으로 살펴보았다는데 의미가 있을 것이며, 포스트 코로나 시대를 준비하는 코스메슈티컬 산업에 주는 시사점이 클 것이다.

**핵심어:** 코로나19, 위험 지각, 구매 의도, 구매 행동, 코스메슈티컬

## 참고문헌

- 강유나, 이인희. 코스메슈티컬 소비자의 관계 품질이 행동 의도에 미치는 영향. *한국산학기술학회논문지*, 22: 646-654, 2021b.
- 강유나, 이인희. 코스메슈티컬의 경험 가치가 인게이지먼트에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 22: 19-34, 2021a.
- 김수영, 리순화. 코로나 19로 인한 마스크 착용과 메이크업만족도, 목표지향적 태도의 상관 관계. *융합정보논문지*, 10: 156-165, 2020.
- 노성환, 이창기. 코로나 19로 인한 관광객의 위험지각이 관광지 숙박시설의 선택의도에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 23: 103-118, 2021.
- 박수하, 권혜진. 코스메슈티컬 화장품에 대한 소비자들의 복합적 인식 및 만족도. *디지털융복합연구*, 15: 459-464, 2017.
- 박윤미, 김휘울. 코로나 19 (COVID-19) 발생 이전, 이후의 여성 화장 관심도 및 화장품 사용실태 변화 분석. *아시아뷰티 화장품학술지*, 19: 129-138, 2021.
- 박은희, 조현주. 외모관리 기대가치가 화장관심도와 화장품 선택 기준에 미치는 영향. *패션비즈니스*, 18: 22-36, 2014.
- 이은경, 정희숙, 정숙희. 코스메슈티컬 화장품 마케팅 전략을 위한 연구. *뷰티산업연구*, 14: 71-87, 2020.
- 이정은, 김주덕. 코로나 19로 인한 여성들의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 11: 231-242, 2021.
- 이호경, 유선희, 리순화. 코스메슈티컬 화장품과 메디컬 화장품의 인식도 및 구매 행동에 따른 비교 연구. *한국응용과학기술학회지*, 36: 73-83, 2019.
- 임선형, 서현숙. 코로나19 위험지각이 화장품 구매행동에 미치는 영향. *미용예술경영연구*, 15: 19-37, 2021.

- 윤태연. 코로나 19 시대의 항공여행 위험지각이 태도와 행동의도에 미치는 영향 연구. *Tourism Research*, 46: 355-374, 2021.
- 정다운, 정성은, 장혜정. 팬데믹 시기의 대인 소통과 관계 친밀감 변화. *한국소통학보*, 21: 203-252, 2022.
- 정민지, 진병호, 양희순. 한류 및 제품이미지가 한국 화장품의 온라인 구매의도에 미치는 영향. *소비문화연구*, 20: 163-181, 2017.
- 조민, 고은비, 김지혜, 이정민. 맞춤형화장품 선택속성과 안전성 인식이 구매행동 의도에 미치는 영향. *아시아뷰티화장품 학술지*, 19: 513-524, 2021.
- 황완균, 이영애. 중노년 여성의 생활방식에 따른 한방 화장품 구매 행동과 태도. *아시아뷰티화장품학술지*, 8: 53-62, 2010.

## 中文摘要

### COVID-19 风险认知对化妆品购买意愿和行为的影响

崔婊淨<sup>\*</sup>, 金有利

生物医学生命工学研究所, 京畿道高阳市, 韩国

**目的:** 通过实证研究对COVID-19风险的认知如何影响消费者购买化妆品的意图或行为。**方法:** 对居住在首尔市区的 20 多岁或以上的成年人进行抽样。该调查从2022年2月的第三周到第四周进行了两周, 仅使用了230条有效数据进行最终分析, 不包括不真诚的回答。**结果:** 发现对COVID-19的社会/环境、经济和心理风险的感知对购买意愿有负面(-)影响, 而美妆化妆品购买意愿对购买行为有显著的正面(+)影响。此外, 在对 COVID-19 风险的认知中, 社会/环境风险、经济风险、身体风险和心里风险认知被发现对购买行为具有显著的负面(-)影响。购买意愿的中介作用在COVID-19风险感知与美妆购买行为之间的关系中得到证实。**结论:** 研究结果表明, 20多岁及以上的成年人对COVID-19的感知风险降低了他们购买美妆化妆品的意愿或行为。这项研究的结果将是有意义的, 因为它通过实证检验了COVID-19的风险感知如何影响化妆品的购买意图和行为, 并将对准备后电晕时代的化妆品行业产生重大影响。

**关键词:** COVID-19, 风险感知, 购买意向, 购买行为, 化妆品