

ABSTRAK

Penelitian dilaksanakan pada lokasi kafe, tempat tongkrongan, tempat hiburan, serta pusat perbelanjaan yang berada di Kota Padang yang biasa dikunjungi oleh Gen-Z. Seperti yang diketahui Gen-Z di Pulau Jawa sangat menggemari berkumpul – kumpul dan berbincang bersama di suatu cafe dan tempat kekinian di mana dilokasi tersebut menyediakan makanan kekinian dan tempat yang nyaman. Hal tersebut berbanding terbalik dengan Gen – Z yang berada di Kota Padang. Populasi dari penelitian ini adalah Gen – Z di Kota Padang yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sampel pada penelitian ini adalah 138 Gen – Z di Kota Padang dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling method*, yaitu penentuan sampel atas dasar kesesuaian karakteristik dan kriteria tertentu. Data penelitian ini bersumber dari kuesioner yang disebarkan langsung kepada responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan IBM SPSS Statistik 22. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*; *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*; *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*; *Service Quality*, *Hedonic Shopping Motivation* dan *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*.

Kata kunci: Gen – Z, Teori McClelland, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

The research was conducted at cafes, hangouts, entertainment venues, and shopping centres in Padang City that are commonly visited by Gen-Z. As is known, Gen-Z in Java Island is very fond of gathering and chatting together in a cafe and contemporary place where the location provides contemporary food and a comfortable place. This is inversely proportional to Gen-Z in Padang City. The population of this study is Gen-Z in Padang City whose number is not known with certainty. The sample in this study were 138 Gen-Z in Padang City in this study using purposive sampling method, namely determining the sample on the basis of the suitability of certain characteristics and criteria. This research data comes from questionnaires distributed directly to respondents. The analysis method used is quantitative method using IBM SPSS Statistics 22. The results in this study indicate that Service Quality has a positive and significant effect on Impulse Buying; Hedonic Shopping Motivation has a positive and significant effect on Impulse Buying; Life Style has a positive and significant effect on Impulse Buying; Service Quality, Hedonic Shopping Motivation and Life Style have a positive and significant effect on Impulse Buying.

Keywords: Gen - Z, McClelland Theory, Impulse Buying