

ABSTRAK

Gen Z atau Generasi Z dikenal sebagai *digital savvy* yang tumbuh di era digitalisasi dan aktif dalam sosial media. Dalam ekosistem belanja melalui digital mempermudah banyak kalangan untuk memenuhi keinginannya melalui fitur live seperti Shopee Live dengan menarik perhatian melalui strategi pemasaran yang interaktif dan *real-time* yang dapat mendorong seseorang memiliki sifat materialisme yang tinggi dengan melakukan *impulsive buying*. Faktor *materialisme* dapat memperkuat dorongan untuk memiliki barang tertentu, sementara kemudahan akses pembayaran berkontribusi pada peningkatan *propensity to indebtedness*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal yang mengambil data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada penelitian konfirmatori, dimana peneliti memiliki tujuan untuk menguji sejauh mana hubungan antara variabel *materialism* (X) terhadap *impulsive buying* (Y) melalui *propensity to indebtedness* (Y) sebagai variabel mediasi pada generasi Z di platform Shopee Live. Populasi pada penelitian ini berjumlah 100 responden generasi Z yang menggunakan platform Shopee Live. Penelitian ini menggunakan model penelitian *Structural Equation Modelling* (SEM) pada aplikasi Smart PLS 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara *materialism* terhadap *impulsive buying*. *Materialism* berpengaruh positif signifikan terhadap *propensity to indebtedness* dan *Propensity to indebtedness* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*. Pada penelitian ini terdapat hasil pengaruh positif signifikan antar variabel. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan terkait perilaku dan keputusan pembelian generasi Z.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Generasi Z, Shopee Live, *Materialism*, *Impulsive Buying* dan *Propensity to Indebtedness*