1. Z세대는 [X세대](https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=5677628&ref=y)와 [Y세대](https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=5677626&ref=y)의 다음 세대이자 알파벳의 마지막 글자로 ‘20세기 마지막 세대’를 의미한다. ‘between’의 준말로 어린이와 틴에이저 사이에 낀 세대, 즉 ‘트윈 세대’라고 부르기도 하고, 때로는 ‘1318세대’라고도 부르는데, 1990년대 말에 13~18세 사이에 속한 연령층이다. Z세대의 가장 두드러진 특징은 [인터넷](https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=5676446&ref=y) 게임과 유행에 민감한 소비활동이라고 할 수 있다. 이메일과 실시간 채팅으로 친구들과 대화하며, 수시로 변하는 유행에 발맞추어 외모를 치장하는 데 자신의 용돈을 아낌없이 소비한다. 대중문화에도 관심이 많아 특히 랩 음악을 좋아하고, 힙합 의상을 즐겨 입는다.
2. 'Z세대의 구매 의사 결정 과정'이란, 주어진 자원의 범위 내에서 합리적이고 효율적으로 상품 및 서비스를 구매하여 최대의 만족을 얻기 위한 [소비자](https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1169120&ref=y)의 의사 결정 과정을 뜻한다. 일반적으로 구매 의사 결정 과정은 '문제 인식', '정보 탐색', '대안 평가', '구매', '구매 후 평가'의 다섯 단계를 거친다.