

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah karakteristik generasi Y seperti kemahiran teknologi, pengaruh relasi, rendahnya kepercayaan merek, penggunaan media sosial yang intens, dan keterlibatan dalam jaringan sosial berpengaruh pada perilaku mengeluh dan niat beli ulang konsumen operator seluler di Indonesia. Objek penelitian ini adalah operator seluler yang beroperasi di Indonesia. Responden dari penelitian ini merupakan individu yang lahir pada rentang tahun 1980-2000 sebagai generasi Y, berdomisili di Pulau Jawa dan memiliki pengalaman buruk terhadap operator seluler namun belum menyampaikan pengalaman buruk tersebut kepada perusahaan operator seluler baik secara daring atau luring.

Pengumpulan data menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dan jumlah responden sebanyak 907. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemahiran teknologi, pengaruh relasi, dan keterlibatan dalam jaringan sosial berpengaruh positif pada niat menyampaikan keluhan. Rendahnya kepercayaan merek, pengaruh relasi, dan keterlibatan dalam jaringan sosial berpengaruh positif pada niat pembelian ulang.

Kata kunci: karakteristik generasi Y, kemahiran teknologi, pengaruh relasi, rendahnya kepercayaan merek, penggunaan media sosial yang intens, keterlibatan dalam jaringan sosial, niat menyampaikan keluhan, niat pembelian ulang

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine and analyze whether the characteristics of generation Y such as technology savvy, peers influence, low brand trust, prolific use of social media, and desire to engage in social networks influence the complaining behavior and repurchase intention of consumers of cellular operators in Indonesia. The object of this research was cellular operators operating in Indonesia. Respondents of this study were individuals born in the range of 1980-2000 as generation Y, living in Java and having bad experience with cellular operators but having not conveyed such bad experiences to cellular operators either online or offline.*

*Data collection was done by using non-probability sampling method with purposive sampling. A total of 907 respondents took a part for the research. The hypotheses were examined by using multiple linear regression. The results of this research show that technology savvy, peers influence, and desire to engage in social networks have a positive effect on the intention to complain. This study also discovered that low brand trust, peers influence, and desire to engage in social networks positively influence the intention to repurchase.*

*Keywords: generation Y characteristics, technology savvy, peers influence, low brand trust, prolific use of social media, desire to engage in social networks*