ABSTRAK

Penelitian merupakan ekspansi model dari penelitian terdahulu (Ngubelanga & Duffett, 2021) pada kajian faktor pendorong kepuasan pelanggan dalam perspektif *Extended Technology Acceptance Model* (TAM). Ekspansi model dilakukan dengan menambahkan dua konstruk tambahan yaitu *intention to recommend* dan *intention to continue use* yang dilakukan pada konteks bank digital sebagai upaya generalisasi atas model penelitian rujukan. Penelitian ini menggunakan 100 responden berusia 18-25 tahun yang pernah menggunakan bank digital Jenius dengan berdomisili di Jabodetabek. Metode penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data PLS-SEM yang didukung oleh *software* SmartPLS 3.0 dengan menggunakan *outer* dan *inner* model. Hasil penelitian ini berimplikasi pada Jenius, untuk menguji dan menganalisis konstruk yang mempengaruhi *customer satisfaction* serta konsekuensinya pada *intention to continue use* dan *intention to recommend*.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Intention to Continue Use, Intention to Recommend,* Jenius.