

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya permasalahan terkait kegiatan promosi yang dilakukan oleh Rhym *Band* pada media *digital* Bandcamp.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pemasaran *digital* Rhym *Band* pada media *digital* Bandcamp.com dan untuk mengetahui faktor-faktor pemasaran *digital* Bandcamp.com yang paling dominan di Rhym *Band*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* selaku pendengar yang pernah melakukan pembelian produk Rhym *Band* pada media pemasaran *digital* Bandcamp.com, dengan jumlah sampel sebanyak 140 orang. Pengambilan *sampling* dilakukan dengan metode *non probability sampling* yang berjenis *incidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil dari penelitian ini ialah terdapat enam belas factor pemasaran *digital* Bandcamp.com yang digunakan Rhym *Band* untuk mempromosikan produknya, dan pada akhirnya ditemukan satu *component* faktor yang paling dominan yaitu Komunikasi Online dengan Faktor *Loading* sebesar (0,825) yang diberikan penamaan faktor *Connection* dengan nilai kontribusi sebesar 11,1125%, artinya faktor tersebut secara keseluruhan dapat menjawab 11,1125% dari masalah penelitian dan dapat dikatakan dominan. Sisanya sebesar 88,8875% tidak berkontribusi secara signifikan.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Bandcamp, Digital Marketing