

## ABSTRAK

Setiap bank memiliki strategi pemasaran masing-masing dalam memasarkan atau mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Terdapat salah satu strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* diperlukan bank atau perusahaan dengan tujuan untuk menambah kepuasan, loyalitas, dan jumlah nasabah yang menjadi target pasar. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Surabaya Pahlawan dengan fokus produk *e-money* milik Bank Rakyat Indonesia yaitu Brizzi. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menghasilkan berupa analisis implementasi *marketing mix* produk *e-money* Brizzi yang terdiri dari elemen 7p yaitu (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process*).

Kata Kunci: Pemasaran, *Marketing Mix*, Produk *E-Money*, Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Surabaya Pahlawan