

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis di bidang kuliner semakin harinya telah berkembang pesat khususnya di Kota Bandung. Kota Bandung juga dikenal sebagai salah satu lokasi kuliner terpopuler bagi para pecinta kuliner, kita dapat menemukan berbagai makanan yang beragam di Kota Bandung, mulai dari jajanan tradisional hingga Internasional. *Scoop and Scoops* merupakan salah satu *café* es krim yang menawarkan rasa es krim dengan *Unique Selling Point* yang berbeda. Yaitu dengan menawarkan rasa es krim yang bercita rasa lokal hingga cita rasa internasional. Penelitian ini bertujuan untuk terciptanya sebuah promosi maka, diperlukannya sebuah promosi pada *target audience* sehingga akan terjadinya sebuah kestabilan penjualan dari varian rasa lokal dengan varian rasa yang lain dan menonjolkan nilai dari produk tersebut yang dimiliki oleh *Scoop and Scoops*.

Kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan yang tidak hanya sebuah alat untuk mencapai sebuah proses pembelian, namun dapat menstabilkan penjualan dan menonjolkan nilai dari produk tersebut. Karena ketidakstabilan penjualan antara rasa lokal dengan rasa es krim yang lain yang ternyata presentase rasa es krim lokal menempati posisi rendah. Maka dari itu, dengan menggunakan *promotion mix* antara *advertising* dan *direct marketing*, yaitu periklanan sebagai bentuk promosi dan respon *target audience* secara langsung untuk mendorong pembelian.

**Kata Kunci :** Promosi, Periklanan, *Direct Marketing*, Kestabilan Penjualan, Mendorong Pembelian.