

ABSTRAK

Bisnis dibidang kuliner semakin harinya semakin berkembang di Kota Bandung, salah satunya adalah es krim yang merupakan makanan olahan susu yang sangat digemari oleh semua kalangan masyarakat. Scoop and Skoops merupakan salah satu *brand* es krim di Kota Bandung yang menawarkan sajian es krim dengan *unique selling points* yaitu es krim rendah lemak dan berbahan dasar alami. Kegiatan branding merupakan sebuah kegiatan yang tidak hanya berujung kepada proses pembelian akan tetapi memelihara keberlanjutan pembelian.

Perancangan tugas akhir ini didasari oleh menurunnya jumlah pengunjung dewasa yang datang ke kedai Scoop and Skoops karena tidak tumbuh rasa percaya dari konsumen kepada produk dengan merancang strategi branding juga media visualnya, serta dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, karena penelitian yang digunakan akan mengacu pada fakta dan fenomena yang dilakukan secara sistematis sehingga dapat dipahami dan disimpulkan.

Menggunakan AISAS sebagai tinjauan strategi branding Scoop and Skoop. Dari pihak yang ditanya aktif sebanyak 47 orang responden menghasilkan 70% ingin mengkonsumsi es krim tanpa takut akan dampak yang di timbulkan dan tidak mengetahui brand es krim Scoop and Skoops serta 30% tau akan brand Scoop and Skoops dan ketidakstabilan jumlah pengunjung dewasa sangat signifikan.

Kata Kunci: branding, scoop and skoops, dewasa, dan es krim