

## ABSTRAK

Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas serta SDM sebagai faktor utama. Demikian pula halnya dengan produksi sektor fashion, hal tersebut cukup berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi Industri Fashion khususnya produk lokal yang ditawarkan oleh berbagai distro. Ekonomi kreatif merupakan paradigma ekonomi baru yang menekankan pada pengetahuan dan inovasi, serta SDM sebagai aspek terpenting dalam produksi. Produk yang dibuat dalam ekonomi kreatif memiliki kualitas yang berbeda, unik, dan menonjol dari yang lain. Barang-barang yang diciptakan oleh ekonomi kreatif mungkin juga merupakan evolusi dari produk yang sudah ada sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif, khususnya industri fashion memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap perekonomian Indonesia. Pesatnya pertumbuhan sektor fashion Indonesia khususnya barang-barang lokal yang dipasok oleh beberapa distro (*Distribution Stores*), salah satunya adalah Urban Traffic Distro. Kapasitas Usaha Kecil dan Menengah untuk berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat harus terus diberdayakan dan dikembangkan secara berkesinambungan dengan berupaya menghilangkan hambatan-hambatan yang dihadapinya. Barang-barang yang dipasarkan dalam mendistribusikan dirancang untuk memenuhi permintaan anak muda dan orang dewasa, tergantung pada kualitas produk. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan Urban Traffic Distro yang pernah berbelanja disana. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dan dianalisis menggunakan analisis jalur dan dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi ketiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kepada toko Urban Traffic Distro.

Kata Kunci: *Customer Behaviour, Customer Experience, Purchasing Decisions*