

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *keterikatan lokal* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *kesadaran lingkungan* terhadap *minat beli*. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 121 responden yang merupakan para konsumen yang pernah membeli produk lokal kerajinan di Kabupaten Banjarnegara minimal selama dua kali. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif dan metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *kesadaran lingkungan* berpengaruh positif terhadap *minat beli*, (2) *kesadaran lingkungan* berpengaruh positif terhadap *keterikatan lokal*, (3) *keterikatan lokal* berpengaruh positif terhadap *minat beli*, (4) *keterikatan lokal* memediasi hubungan antara *kesadaran lingkungan* terhadap *minat beli*.

**Kata kunci:** *Kesadaran Lingkungan, Keterikatan Lokal, Minat Beli*

## SUMMARY

This research aims to analyze the role of local attachment as a mediating variable in the relationship between environmental awareness and purchase intention. In this study, a sample of 121 respondents who have purchased local craft products in Banjarnegara Regency at least twice was used. The research employed a survey type with a quantitative approach, and the sampling method utilized non-probability sampling with purposive sampling technique. Based on the research results processed using Structural Equation Model (SEM) with SmartPLS 4.0 software, the findings indicate that (1) *environmental awareness* positively influences *purchase intention*, (2) *environmental awareness* positively influences *local attachment*, (3) *local attachment* positively influences *purchase intention*, and (4) *local attachment* mediates the relationship between *environmental awareness* and *purchase intention*.

**Keywords:** *Environmental Awareness, Local Attachment, Purchase Intention*

