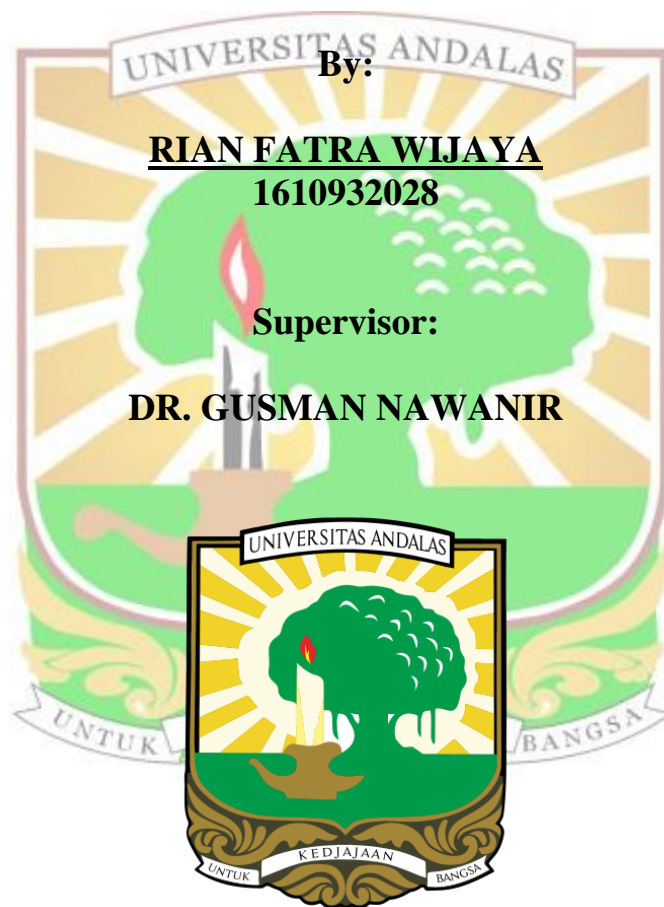


**DETERMINANTS FOR SUSTAINABLE GREEN PRODUCT
CONSUMPTION: A GLIMPSE FROM PENINSULAR
MALAYSIA**

FINAL PROJECT

*Submitted as partial fulfilment of the requirements for the degree Bachelor of
Engineering at Industrial Engineering Department Andalas University*

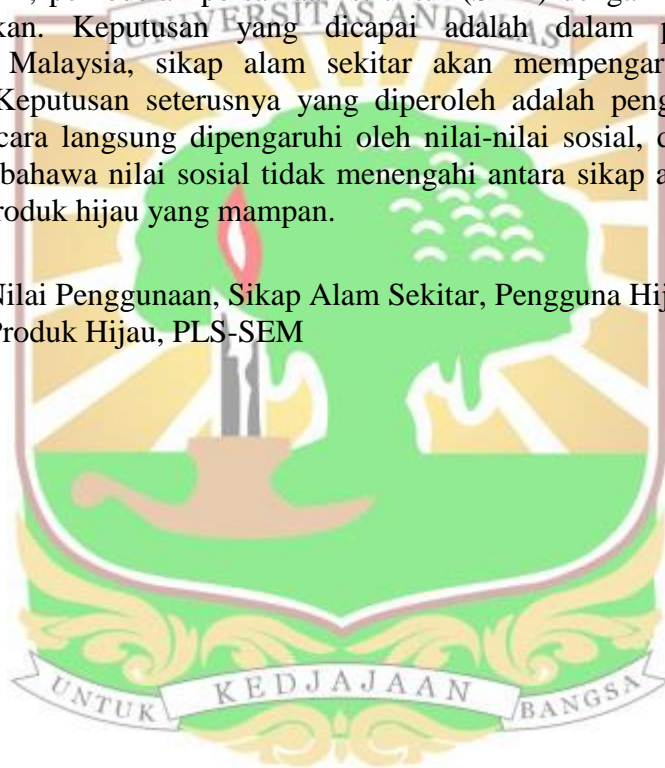


**DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF ENGINEERING
ANDALAS UNIVERSITY
PADANG
2020**

ABSTRAK

Peningkatan pertumbuhan ekonomi, memberi kesan kepada perubahan corak gaya hidup dan penggunaan yang juga berlebihan yang akan memberi kesan kepada kerosakan alam sekitar. Salah satu penyelesaian yang boleh ditawarkan ialah pembangunan sistem pengeluaran dan penggunaan mesra alam. Dalam kajian ini, persepsi akan digunakan sebagai hipotesis awal bahawa nilai penggunaan adalah pemanduan untuk meningkatkan penggunaan produk hijau. Nilai penggunaan yang digunakan adalah nilai untuk wang, nilai sosial, nilai bersyarat, dan nilai epistemik. Sikap alam sekitar yang merupakan pembolehubah bebas dibuat sebagai satu-satunya pembinaan pertama. Kaedah pengumpulan data yang digunakan dalam kajian ini adalah menggunakan soal selidik berstruktur. Untuk menguji hipotesis dalam kajian ini, pemodelan persamaan struktur (SEM) dengan SmartPLS 3.2.8 telah digunakan. Keputusan yang dicapai adalah dalam persepsi rakyat Semenanjung Malaysia, sikap alam sekitar akan mempengaruhi tahap nilai penggunaan. Keputusan seterusnya yang diperoleh adalah penggunaan produk hijau tidak secara langsung dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, dan hasil terkini menunjukkan bahawa nilai sosial tidak menengahi antara sikap alam sekitar dan penggunaan produk hijau yang mampan.

Kata kunci: Nilai Penggunaan, Sikap Alam Sekitar, Pengguna Hijau, Penggunaan Produk Hijau, PLS-SEM



ABSTRACT

Increased of economic growth, have an impact in changes lifestyle and consumption patterns that are also excessive which will impact on environmental damage. One of solution that can be offered is the development of environmentally-friendly production and consumption systems. In this study, the perception will be used as initial hypotheses that consumption values are the driving for sustainable green product consumption. Consumption values used are value for money, social value, conditional value, and epistemic value. Environmental attitude which is an independent variable is made as the only first-order construct. The data collection method used in this study is to use a structured questionnaire. To test the hypotheses in this study structural equation modeling (SEM) with SmartPLS 3.2.8 was used. The results obtained are in Peninsular Malaysian citizens' perception, the environmental attitude will affect the level of consumption values. The next results obtained are sustainable green product consumption is not directly affected by social value, and recent results indicate that the social value does not mediate between environmental attitudes and sustainable green product consumption.

Keywords: Consumption Values, Environmental Attitude, Green Consumer's, Green Product Consumption, PLS-SEM

