



**INSTITUTO NACIONAL DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS (INCT)  
INSTITUTE OF BUSINESS (IOB)**

Rua Fomento II, Aldeia São José, Suco Comoro, Posto Adm. Dom Aleixo, Dili Timor-Leste  
Telefone : 77127584 / 78326466 / E-Mail : [job.tl@GMX.com](mailto:job.tl@GMX.com)



## **Relatório Resultadu Pesquiza**

**“ANALIZA IMPAKTU IMPLEMENTASAUN NO DEZENVOLVEMENTU E-COMMERCE  
BAZAR DIGITAL NO SASAN DIGITAL IHA TIMOR-LESTE”**



**DR.Nilton Diamantino Paiva Mau, João Antonio Martins, Teresinha Cardoso  
da Costa, Antonio Napoleão Guterres, Marcos Pinto Romeo**

Dili, Timor-Leste

2022

# INDISE

KAPITULO I .....	4
1.1 Antecedente .....	4
1.2 Formula saun Problema .....	5
1.3 Objetivos Gerais e Objetivos Específicos .....	5
1.3.1 Objétivu Jerál .....	5
1.3.2 Objetivos Específicos (Se aplicável).....	6
1.4 Benefisiu.....	6
1.4.1 Benefisiu ba Fatin Peskiza .....	6
1.4.2 Benefisiu ba INCT .....	6
1.4.3 Benefisiu ba Ekipa Peskizador .....	6
KAPITULO II .....	8
2.1 Intrudusaun Komersiu Eletroniku .....	8
2.2 Implementasaun Komersiu Eletroniku Iha Setor Empreza Micro, Kiik No Mediu. ....	9
KAPITULO III .....	10
3.1 Fatin no Tipu Peskiza .....	10
3.2 Populasaun no Amostra .....	10
3.2.1 Populasaun:.....	10
3.2.2 Amostra:.....	10
3.3 Dezenha Konseitu Peskiza .....	10
Dezenvovimento E-Comerce .....	10
(X <sub>2</sub> ).....	10
3.4 Hipoteza .....	11
3.5 Tékniku Rekolla Dadus .....	11
3.6 Tékniku Analiza dados.....	11
3.7 Teste Ipoteza .....	12
KAPITULO IV .....	13
4.1. Analise dos Resultados/Apresentacao dos Dados .....	13
4.1.1. Karakteristika Respondente .....	13
4.2. Analiza No Interpretasaun Dadus Peskiza.....	20
4.2.1. Teste Instrumentu.....	20
4.2.2. Teste Validade.....	20

4.2.3. Teste Realibilidade .....	25
4.3. Teste Ipoteze Analiza Regreasi (Konta T no Teste F) .....	27
4.3.1. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X1(Implementasaun E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio .....	27
4.3.2. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X2(Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio .....	28
4.3.3. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X1(Implementasaun E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio .....	28
4.3.4. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X2(Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio .....	29
4.4. Teste F .....	29
4.4.1. Analiza Regreasi Simultanea X1 (Implementasaun E-Commerce)X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio .....	29
4.4.2. Analiza Regreasi Simultanea X1 (Implementasaun E-Commerce)X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio .....	30
4.5. Analiza Regreasi Linear Multiplu .....	31
4.6. Koefisien Determinante .....	33
KAPITULO V .....	35
5.1. Konkluzoan .....	35
5.2. Rekomendasaoan .....	37

# KAPITULO I INTRUDUSAUN

## 1.1 Antecedente

Bazeia mudansa tempu no teknolojia, oras ne'e ita ema ezije atu moris iha buat hotu ne'ebé prátiku no sofisticadu hodi hala'o atividade barak. Iha era modernu ida ne'e teknolojia iha papél ne'ebé importante ba ema nia moris, liu-liu internet. Internet dezenvolve lalais no sai meius komún atu halo negósiu servisu no sasán no mós informasaun. Internet utiliza hodi asesu informasaun oin-oin, parte seluk bele dezenvolve atu alkansa ba aspetu polítika, social, ekonomia no kultura. Uzuariu ne'ebé aumenta husi tinan ba tinan afeta ba internet ne'ebé la uza de'it hanesan meius informasaun no komunikasaun maibé bele uza mós hanesan meius hodi negósiu.

Iha mudansa ba total uzuariu internet afeta ba negósiu ka tranzasaun fa'an no sosa bele hala'o iha ciberes pasu ne'ebé relasiona entre fa'an na'in no konsumidór sira. Rede internet ne'ebé lais mós la lori diretamente fenómenu foun ka lala'ok moris foun iha comunidade nia leet ne'ebé gosta benefisia facilidade internet hanesan media mak hamosu komérsiu eletróniku. Komérsiu eletróniku mak hotu-hotu troka informasaun ne'ebé mediadu tuir eletróniku entre organizasaun no parte interesadu external (*Chaffey, 2015*).

Susesu iha sistema komérsiu eletróniku iha Timor-Leste hahú husi comunidade sira nia entuziazmu ne'ebé hakarak pratika iha sosa sasán. Karik uluk haree ba distánsia no tempu sai hanesan obstákulu relasiona entre konsumidór no fa'an na'in sira, maibé bainhira iha ona sistema fa'an no sosa liu husi online bele fasilita comunidade hodi sosa sasán tanba bele asesu iha ne'ebé de'it no la limita tempu. Ho benefísiu hirak ne'e no fleksibilidade ne'ebé oferese ona, ohin loron comunidade Timor-Leste gosta tebes sosa liu husi online.

Haree ba oportunidade ne'ebé nato'on tantu iha indústria komérsiu eletróniku, empreza hirak ne'ebé movimentu iha area negósiu eletróniku mós dala ruma fô sai. Komérsiu eletróniku ida ne'e afeta ba kompetisaun iha komérsiu eletróniku metin liu tan, empreza barak mak halo kompetisaun nune'e bele atrai konsumidór sira hodi sosa iha sira nia loja online ne'e. Servisu komérsiu eletróniku fô suporta ba kliente sira bele asesu no mós hamenus sasán husi fatin barak.

Dezenvolvimentu teknolojia fó ona impaktu lalais ba aspetu hotu iha vida moris sociedade nian, liu-liu teknolojia informasaun liga ba aspetu ekonomia importante no fó significansia bo'ot ba progresu ekonomia comunidade no nasaun nian. Iha kontextu Timor Leste ohin loron implementasaun no dezenvolvimentu *E-Commerce* sei sai obstákulu no difikuldade boot ba ema hotu nian tantu iha nivel infraestrutura báziku, no nia nivel aproveitamentu ka utilidade hanesan kajú phenomenal sira iha aspetu infraestrutura ba dezenvolvimentu IT iha Timor Leste nian mak hanesan; Liña internet ladi'ak, folin karun, Instalasaun tore ka REDE husi nasional too iha nivel rural seidak dezenvolve ho di'ak. Aleinde iha parte nivel utilidade ka aproveitamentu mós seidak maximiza hanesan internet ba benefísiu ekonomia (negósiu) sei menus, sei utiliza no asesu ba buat *divertimentu* asesu informasaun, aprende siénsia no teknolojia (Estuda), utiliza internet ka social media hodi insultu ema, asesu pornografia, uza ID-falsu, *hacker* no seluk-seluk tan.

Mezmu de faktu daudauk ne'e iha ona mudansa entermus aproveitamentu ka utilidade mak daudauk ne'e comunidade ka indivíduu, Empreza, Organizaun, Instituisaun akadémiku inklui instituisaun governu komesa aproveta ona hodi rezulta produtividade ne'ebé bele aumenta valor surplus produsaun hanesan halo negósiu ka bisnis liu husi via online (*E-Commerce*), Uza hodi hasa'e skill, koñesimentu no abilidade mezmu nia volume sei ki'ik tebes.

## **1.2 Formulasau Problema**

1. Iha ka lae, impaktu implementasaun komérsiu eletróniku (*E-commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste?
2. Iha ka lae, impaktu dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) ba empreza ki'ik no natoon iha Timor Leste?
3. Iha ka lae, Impaktu implementasaun no dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste?

## **1.3 Objetivos Gerais e Objetivos Específicos**

### **1.3.1 Objetivu Jerál**

Bazeia ba antesendente kajú iha leten, mak peskiza ida ne'e hatuur nia objetivu jerál mak “Atu hatene progresu dezenvolvimentu digitalizaun ohin loron ho nia impaktu

ba dezvoltimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste”.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos (Se aplicável)

1. Atu hatene impaktu implementasaun komérsiu eletróniku (*E-commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
2. Atu hatene impaktu dezvoltimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
3. Atu hatene Impaktu implementasaun no dezvoltimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.

### 1.4 Benefisiu

#### 1.4.1 Benefisiu ba Fatin Peskiza

1. Nudár issue importante ida tanba mundu ohin lora prosesu dezvoltimentu ekonomia kuaze depende ona ba teknolojia digitalizasaun, liu-liu hare ba atividade ekonomia ohin lora kuaze utiliza ona teknolojia nudár instrumentu hodi halo tranzasaun entre oferta no demanda iha merkadu tantu iha rai laran no rai li'ur. Nune'e, ho estudu ida ne'e bele motiva, enkoraja no atrai ema hotu liu-liu grupu negosiante sira hodi aproveita teknolojia digitalizasaun ba sira nia interese ekonomia nian.
2. Ho rezultadu peskiza ida ne'e nudar sasukat ida hodi bele dezvoltolve diak liu tan iha E-Commerce hodi halao sira nia atividade negosiu ba publiku sai diak liu tan.

#### 1.4.2 Benefisiu ba INCT

Rezultadu peskiza ida ne'e sai hanesan matadalan ba Governu Timor Leste hodi bele foti desizaun bazea ba impaktu dezvoltimentu E-Commerce iha Timor Leste ba empreza pequena no mediu sira.

#### 1.4.3 Benefisiu ba Ekipa Peskizador

1. Nudár peskizadór sente motivadu tanba pessoalmente iha espíritu empreneurismu no interese atu sai negosiante ida ne'ebé susesu liu-liu uza eletróniku nudár meius ne'ebé efisiénsia no efetivu tanba la gasta rekursu no enerjia barak.

2. Iha parte seluk ami ekipa peskizadór sente motivadu liu tan tanba iha ligasaun maka'as ho ami nia antesendente akadémiku no Profisaun nudár dosente iha papél no kompeténsia hodi halo peskiza ne'ebé ligasaun ho area IT.

## **KAPITULO II TARANA TEORIKAS**

### **2.1 Intrudusaun Komersiu Eletroniku**

Komersiu Eletroniku bazeia ba kontaktu tranzasaun komérsiu entre vendedor no sosa-nain sira liuhosi uza Internet média. Entaun, prosesu halo orden ba sasán sira, tranzasaun pagamentu ba entrega bens Komunikadu liu husi internét.

Definisaun Komersiu Eletroniku tuir peritu sira, tuir Amir Hartman iha nia livru "**Net Ready**" (Hartman, 2000) independente Detallu liu tan define Komersiu Ekonomiku hanesan mekanizmu ida-ne'ebé hanesan self-focused e-business iha tranzasaun negósiu individuál ho uza internét nu'udar meu médiu troka sasán ka servisu entre rua ka rua instituisaun no mós entre instituisaun no konsumidor sira Diretu.

Tuir **Turban**, E-Commerce bele define hanesan prosesu sosa no fa'an ka troka produktu, servisu no informasaun liuhosi rede komputadór sira, inklui iha internét. Ida ne'e la hanesan ho ideia báziku E-Commerce i.e. automating as much as Prosesu negósiu ne'ebé posivel iha organizasaun laran.

Tuir **Laudon & Laudon (1998)**, E-Commerce mak prosesu ida hodi sosa no fa'an produktu sira eletrónicamente husi konsumidor no kompañia ba kompañia ho komputadór hanesan intermediariu.

Tuir **Kalakota no Whinston (1997)** Termu Komersiu Eletroniku bele haree husi haat Perspetiva ne'ebé la hanesan (Turban, E., Liurai, D., 2002):

1. Bainhira haree husi perspetiva komunikasaun nian, E-komersiu mak fornesimentu bens, servisu sira, informasaun ka pagamentu liuhosi rede komputadór ka eletróniku seluk.
2. Husi perspetiva negósiu nian, E-komersiu mak aplikasaun teknolojia nian ho objetivu atu automatiza tranzasaun sira negósiu no pasu sira iha Halo servisu nee.
3. Bainhira haree husi perspetiva servisu ida, E-komersiu ne'e mak instrumentu ida-ne'ebé bele responde ba nesesidade kompañia sira, konsumidor sira-nian no jestaun



ho objetivu atu minimiza kustu servisu, hadi'a qualidade servisu ba konsumidor sira, no Hadia servisu nia lalais konsumidor.

4. Bainhira haree husi perspetiva online, E-Commerce permite implementasaun prosesu fa'an nian sosa produktu no informasaun liuhusi internét no servisu online sira seluk.

## **2.2 Implementasaun Komersiu Eletroniku Iha Setor Empreza Micro, Kiik No Mediu.**

Setor empreza mikro, ki'ik no médiu mak setór ida-ne'ebé kontribui maka'as ba empreza sira ekonomia nasional ne'ebé boot loos, liuliu relasiona ho reziliensia no estabilidade ekonómika nasional no empregu. Liu husi desenvolvimentu teknolojia informasaun no komunikasaun nian (ICT) no troka koñesimentu iha área ekonomia ba konseitu transformasaun eletrónica, Aplikasaun ICT iha área ekonomia ka komérsiu eletróniku nu'udar alternativa ida-ne'ebé efetivu tebes util atu dezenvolve. Tanba nee, atór Micro, Kiik No Mediu sira hasoru a dezafiu boot ida-ne'ebé relasiona ho implementasaun komérsiu eletróniku iha ninia atividade negósiu sira.

Kompania ida-ne'ebé iha asesibilidade rekursu ne'ebé aas sei fasil liu adopta ICT iha sira-nia atividade negósiu. Maibe, ida-ne'e sei akontese ba Micro, Kiik No Mediu ne'ebé iha limitasaun iha área finansas ka finansas no rekursu sira iha prosesu adopsaun ICT. Duan et al (2002) identifika ona obstákulu hirak-ne'e ne'ebé iha abilidade limitadu no Mestradu iha siénsia no teknolojia SME sira-nian iha operasaun ICT iha nasaun barak liu iha Uniaun Europeia liu-liu iha Inglaterra, Polonia no Portugal. Fator seluk ne'ebé impede implementasaun ICT iha setór Micro, Kiik No Mediu ne'e iha relasaun ho tipu no karakterístika negósiu sira ne'ebé Micro, Kiik No Mediu hala'o (Shiels et al, 2003). Enkuantu Kapurubandara et al (2008) identifika ona bareira interna no implementasaun external ba ICT iha nasaun desenvolvimentu Micro, Kiik No Mediu sira. Fator internu sira kompostu husi: Karateristika negósiu, kustu, no retornu ba investimentu no mós obstákulu esternu sira iha forma infraestrutura, Regulamentu sosiál, kulturál, polítiku, legál no governu.

## KAPITULO III METODOLOGIA

### 3.1 Fatin no Tipu Peskiza

Estudu ida ne'e nudár Peskiza kuantitativu ne'ebé sei uza aproximasaun estatística hodi interpreta relasaun impaktu entre variable sira ne'ebé konstrui iha peskiza ida ne'e. Fatin peskiza mak sei konsentra iha munisipiu Dili maibé respondent sira mai husi munisipiu 12 inklui Ráo-Oekusse sei identifika mós husi munisipiu seluk iha social media hodi sai respondent iha peskiza ida ne'e.

### 3.2 Populasaun no Amostra

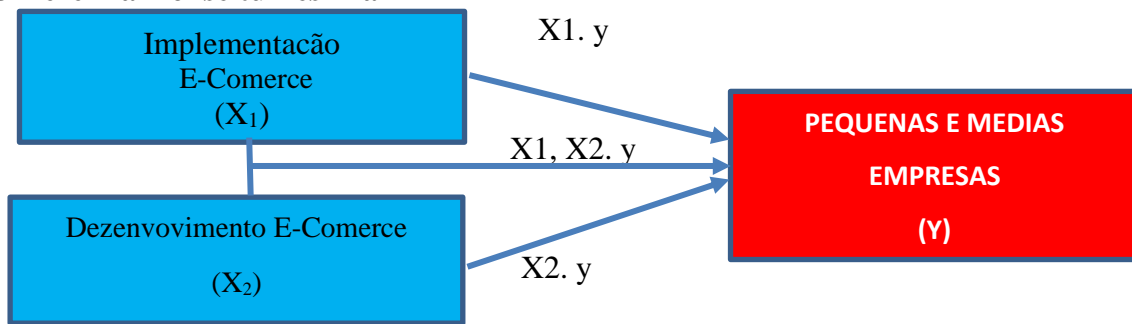
#### 3.2.1 Populasaun:

Populasaun mak grupu negosiante sira ne'ebé halo negósiu ho via online liu husi produktu eletróniku sira hanesan: *face book*, *Instagram*, *WhatSapp* no gmail mak sei sai alvu ba peskiza ne'e. Nune'e, peskizadór identifika ona grupu sosa no fan liu husi via eletróniku ho tipu produktu sira mak hanesan: fa'an no sosa eletróniku (Motor, Karreta, Telefone, Laptop), Fa'an no sosa roupa, Fa'an no sosa ai-han kuluneiru, fa'an no sosa uma -rai, no sasán antic.

#### 3.2.2 Amostra:

Amostra mak grupu autór negosiante *E-Commerce* ne'ebé kategoriza ona, Tuir utilizasaun produktu eletróniku sira mak: *face book*, *instagram*, *WhatsApp*, no gmail. Ho nune'e, tékniku amostra sei uza metodu *probability sampling* ho métodu "*simple random sampling*" katak sei identifika no deskobre negosiante ne'ebé uja produktu eletróniku hodi halo atividade negósiu sei identifika (acak) liu husi media social Internet).

### 3.3 Dezenha Konseitu Peskiza



### 3.4 Hipoteza

- a. **H<sub>0</sub>**; Deskonfia katak, Implementasaun komérsiu eletróniku (*E-commerce*) positivamente fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
- b. **H<sub>a</sub>**; Deskonfia katak, implementasaun komérsiu eletróniku (*E-commerce*) positivamente la fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
- c. **H<sub>0</sub>**; deskonfia katak, Dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) positivamente fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste
- d. **H<sub>a</sub>**; Deskonfia katak, Dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) positivamente la fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
- e. **H<sub>0</sub>**; Deskonfia katak, implementasaun no Dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) positivamente fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste.
- f. **H<sub>a</sub>**; Deskonfia katak, implementasaun no Dezenvolvimentu komérsiu eletróniku (*E-Commerce*) positivamente la fó impaktu ba empreza ki'ik no nato'on iha Timor Leste

### 3.5 Tékniku Rekolla Dadus

Iha estudu ida ne'e, tékniku rekolla dadus ne'ebé peskizadór sira sei uza liu husi meius rua mak foti dadus direta no indireta:

1. Tékniku Foti dadus direta: peskizadór sira sei hasoru negosiante fa'an sasán online iha nia fatin ne'ebé sei uza tékniku fahe kestionáriu, entrevista no observaun.
2. Tékniku foti dadus indireita: mak peskizadór sira sei uza media social hodi identifika grupu negósiu fa'an sasán online ne'ebé eziste ona iha social media liu husi produktu eletróniku sira hanesan *face book*, *instagram*, *WhatsApp*, no *Telegram*. Ho nune'e, métodu sei prepara forma kestionáriu hodi fahe ba kategoria grupu fa'an no sosa iha social media.

### 3.6 Tékniku Analiza dadus

Tékniku Analiza dadus sei uza métodu estatística mak "**Regresi Linier Dupla**". Ho nia equasaun mak  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ ..... no sei uza aplikasaun SPSS versaun 21 hodi analiza.

### 3.7 Teste Ipoteza

Teste ipoteza ho nia vaze tuir prosedimentu statistical mak hanesan tuir mai ne'e:

- a. Teste-t (Teste parsial), atu hatene signifkansasia kada variavel independente ba variavel dependente
- b. Teste-f (Teste simultaneamente); atu hatene variavel independente ( $X_1$  &  $X_2$ ) ba variavel dependente (Y).

Analiza Koefisiente determinante ( $R^2$ ), atu hatene porsentazem kontribuisaun impaktu variable Independente sira ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) hamutuk ba variable dependente (Y).

**KAPITULO IV**  
**DEZENVOLVIMENTO DO TRABALHO-ANALISE DOS RESULTADOS**  
**(APRESENTACAO DOS DADOS) E DISCUSSAO DOS RESULTADOS**

**4.1. Analise dos Resultados/Apresentacao dos Dados**

4.1.1. Karakteristika Respondente

Inisiu husi procesu analiza dadus iha peskiza ida ne'e, peskizadora sei halo analiza ba karakteristika respondente ne'ebe mak hakerek nain hili nu'udar amostra bazeia ba: Sexu, Idade no Estado Sivil.

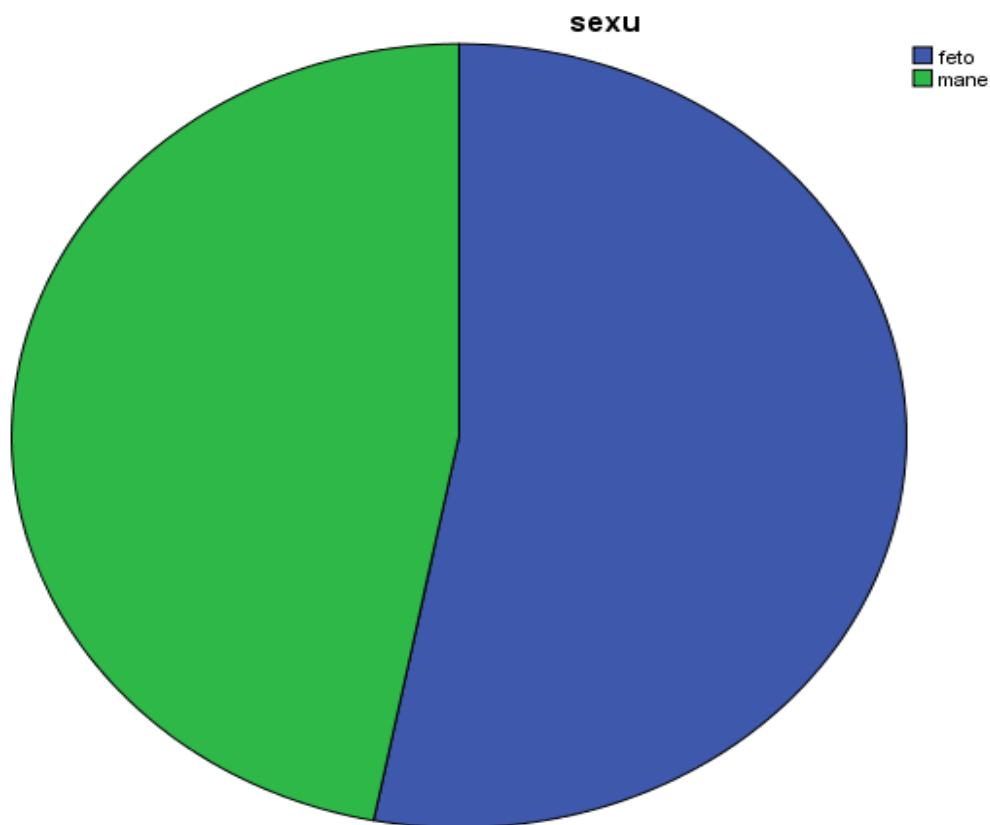
4.1.1.1 Karateristika Bazeia ba Sexo

Respondente husi kuestionariu ne'e mak peskizadora elabora dadus, resultado husi responden bazeia basexo mak bele hare iha tabela tuir mai.

**Tabela: 4.1. Karakteristika bazeia ba Sexo (pequena negosio)**

sexu				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
feto	26	53.1	53.1	53.1
Valid mane	23	46.9	46.9	100.0
Total	49	100.0	100.0	

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022



Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

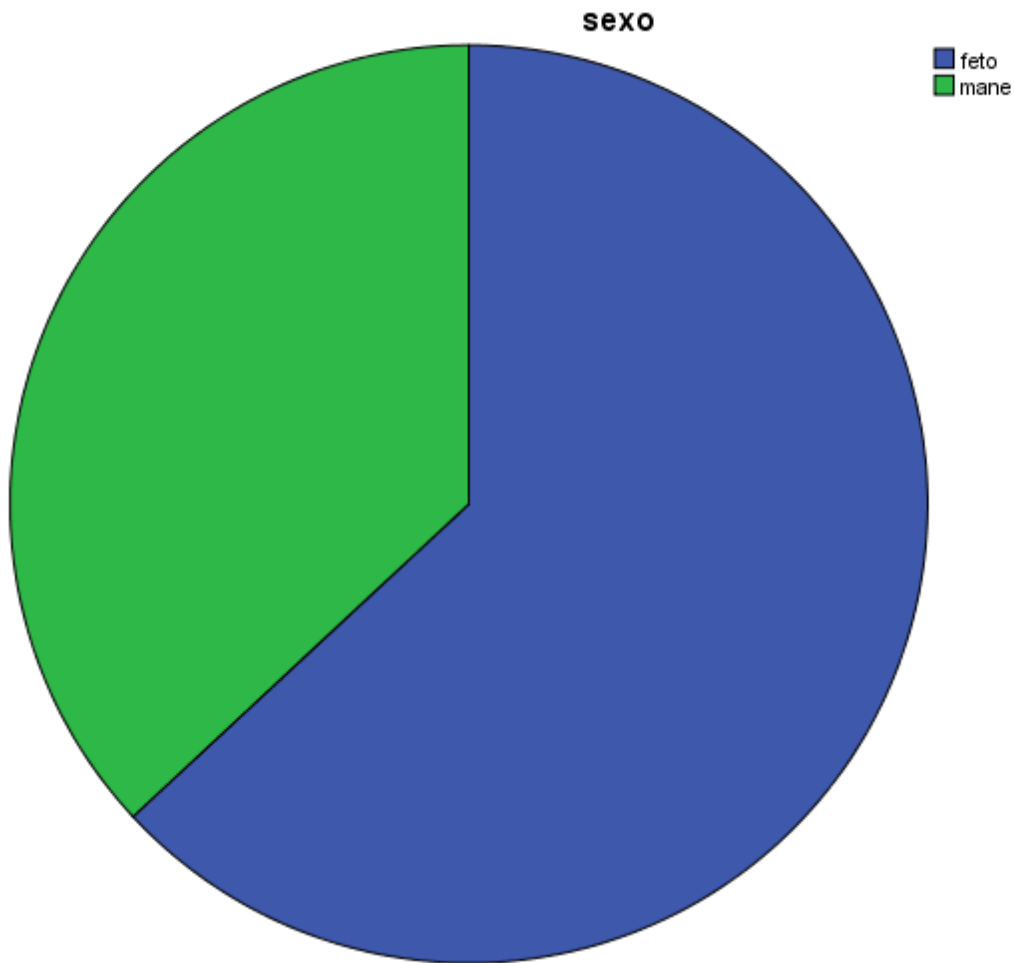
Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 49 pessoas, husi responde ne mak feto hamutuk 26 pessoas ho percentagen 53.1% no mane hamutuk 23 pessoas ho percentagem 46,9% , resultadu nee hatudu katak respondente nebe prenze hakerek nain nia kuestioner maioria feto significa katak feto mak barak liu mane.

**Tabela: 4.2. Karakteristika bazeia ba Sexo (medio negosio)**

**sexo**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
feto	41	63.1	63.1	63.1
Valid mane	24	36.9	36.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022



Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 65 pessoas, husi responde ne mak feto hamutuk 41 pessoas ho percentagen 63,9% no mane hamutuk 24 pessoas ho percentagem 36,9% , resultadu nee hatudu katak respondente nebe prenze hakerek nain nia kuestioner maioria feto signifika katak feto mak barak liu mane.

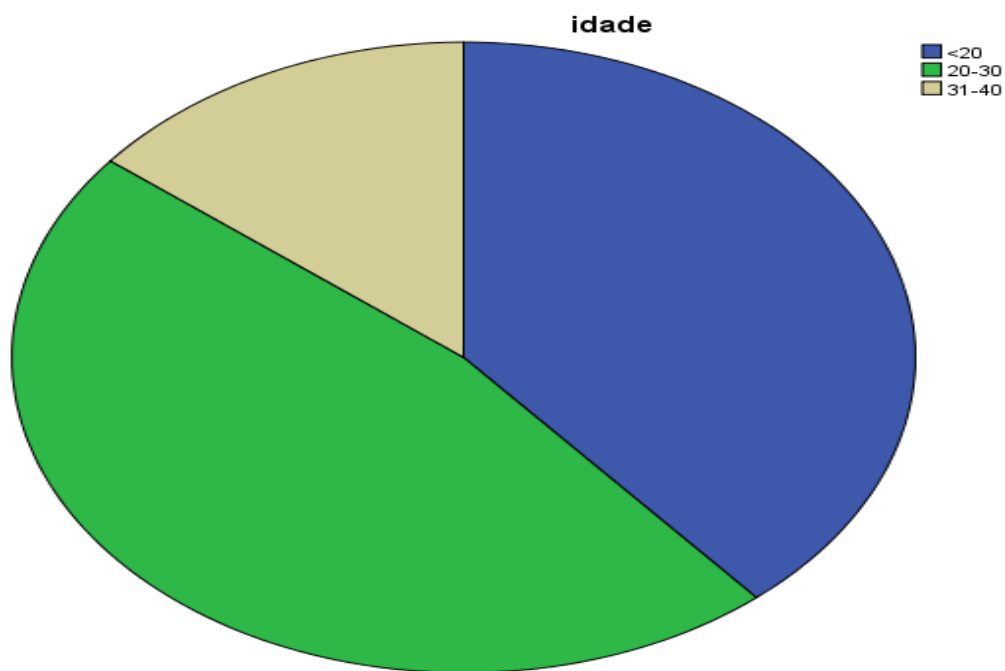
#### 4.1.1.2. Karateristika Bazeia ba Idade

Responden husi kuestionariu ne'e mak peskizadora elabora dadus, resultado husi responden bazeia ba idade mak bele hare iha tabela tuir mai.

**Tabela: 4.3. Karakteristika bazeia ba idade (pequeno negosio)**

idade				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	19	38.8	38.8
	20-30	23	46.9	85.7
	31-40	7	14.3	100.0
Total	49	100.0	100.0	

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022



Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

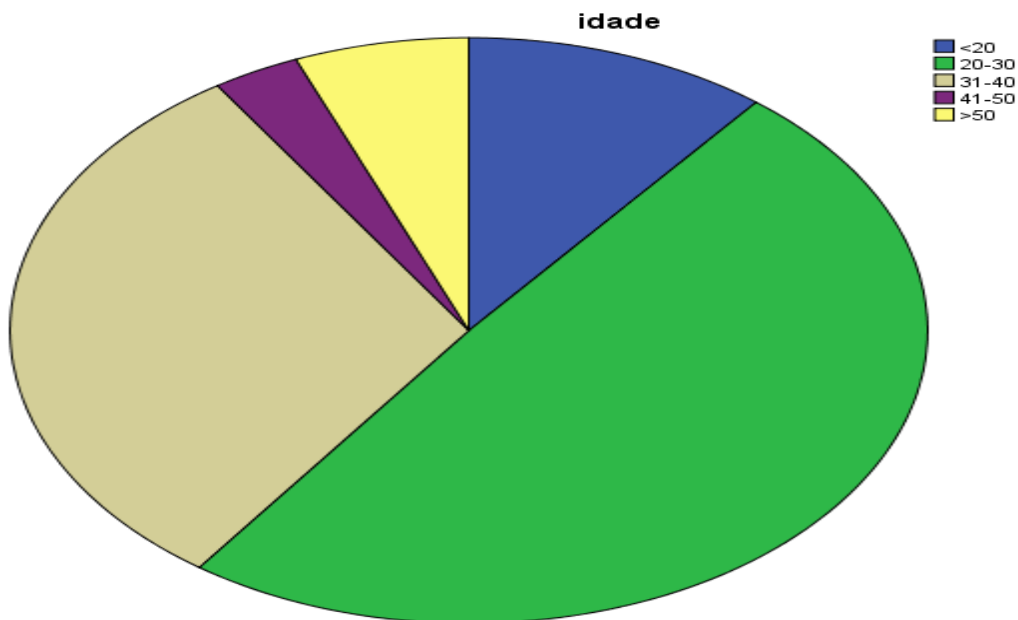
Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 49 pessoas, husi responde ne mak idade <20 hamutuk 19 pessoas ho percentagem 38,8%, idade 20-30 hamutuk 23 pessoas ho percentagem 46,9%, idade 31-40 hamutuk 7 pessoas ho percentagem 14,3%. Resultadu nee hatudu katak respondente nebe prenze hakerek nain nia kuestioner maioria idade 20-30 anos significa katak idade 20-30 mak barak liu idade seluk.



**Tabela: 4.4. Karakteristika bazeia ba idade (medio negosio)**

		idade			
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	<20	7	10.8	10.8	10.8
	20-30	32	49.2	49.2	60.0
	31-40	20	30.8	30.8	90.8
	41-50	2	3.1	3.1	93.8
	>50	4	6.2	6.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022



Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 65 pessoas, husi responde ne mak idade <20 hamutuk 7 pessoas ho percentagen 10,8%, idade 20-30 hamutuk 32 pessoas ho percentagem 49,2%, idade 31-40 hamutuk 20 pessoas ho percentagem 30,8%, idade 41-50 hamutuk 2 pessoas ho percentagem 3,1% no idade >50 hamutuk 4 pessoas ho percentagem 6,2%. Resultadu nee hatudu katak respondente nebe prenze hakerek nain nia kuestioner maioria idade 20-30 anos signifika katak idade 20-30 mak barak liu idade seluk.

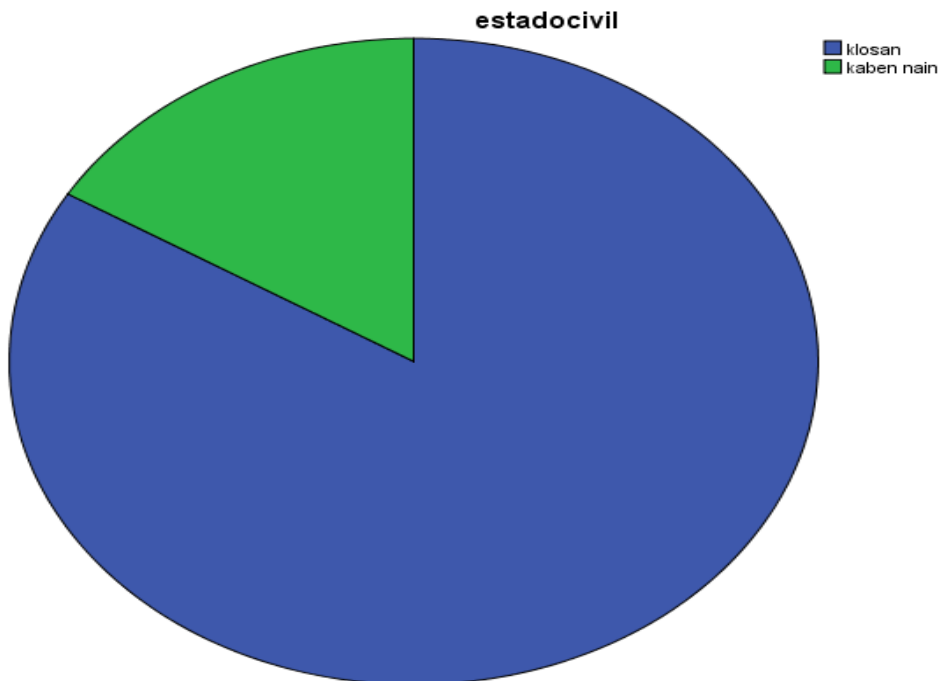
#### 4.1.1.3. Karateristika Bazeia ba Estado Sivil

Respondente husi kuestionariu ne'e mak peskizadora elabora dados, resultado husi responden bazeia ba Estado Sivil mak bele hare iha tabela tuir mai.

**Tabela: 4.5. Karateristika Bazeia ba Estado Sivil (pequeno negosio)**

		estadocivil			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	klosan	41	83.7	83.7	83.7
	kaben nain	8	16.3	16.3	100.0
	Total	49	100.0	100.0	

Fontes: Elabora Dados Kuestionariu 2022



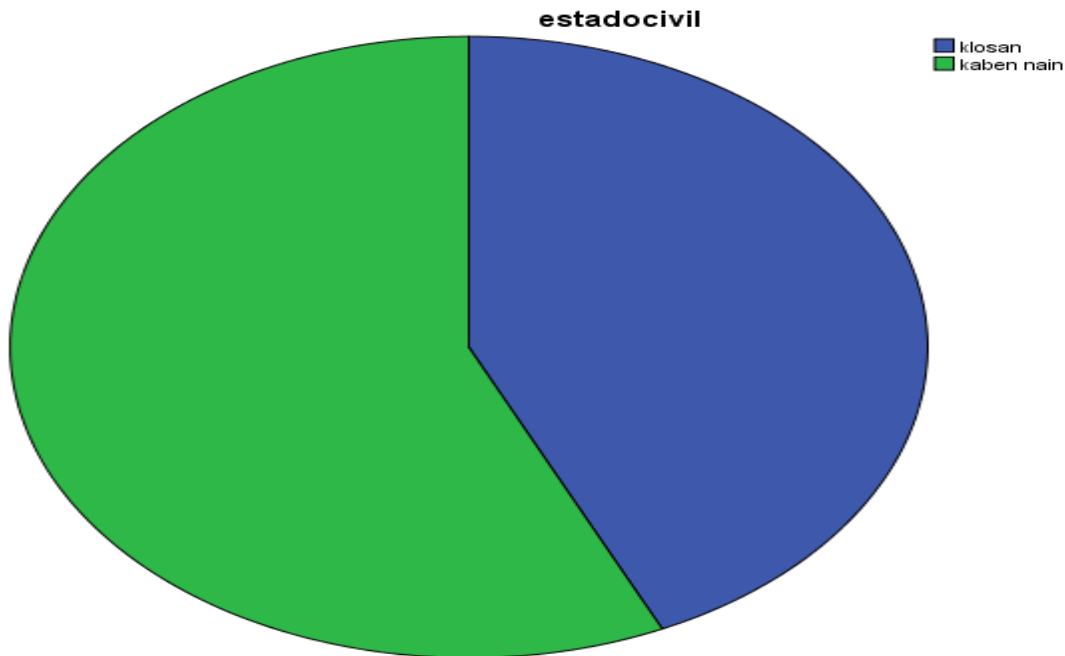
Fontes: Elabora Dados Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 49 pessoas, husi responde ne mak estado civil klosan hamutuk 41 pessoas ho percentagem 83,7% no estado civil kaben nain hamutuk 8 pessoas ho percentagem 16,3%. Resultadu nee hatudu katak respondente nebe prene hakerek nain nia kuestioner maioria klosan hamutuk 41 pessoas ho percentagem 83,7%.

**Tabela: 4.6. Karakteristika Bazeia ba Estado Sivil (Medio negosio)**

estadocivil				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	klosan	28	43.1	43.1
Valid	kaben nain	37	56.9	100.0
	Total	65	100.0	100.0

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022



Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela no *pie chart* iha leten hatudu katak, respondente kuestionariu hamutuk 65 pessoas, husi responde ne mak estado civil klosan hamutuk 28 pessoas ho percentagem 43,1% no estado civil kaben nain hamutuk 37 pessoas ho percentagem 56,9 %. Resultadu nee hatudu katak respondente nebe prenze hakerek nain nia kuestioner maioria kaben nain hamutuk 37 pessoas ho percentagem 56,9%.

## 4.2. Analiza No Interpretasaun Dadus Peskiza

### 4.2.1. Teste Instrumentu

Atu analiza no interpreta dadus peskiza nian, nu'udar peskizadorasira sei halo teste instrumentu mak hanesan teste texte validade no reabilidade kuestionariu prene husi responde sira.

Iha parte ida ne'e peskizador sei explika kona ba processu husi resultado peskiza nian. Resultado peskiza ida ne'e mak kontasaun statistika husi dadus sira ne'ebe mak peskizadora rekolla husi respondente. Dadus hirak ne'e sei elabora ho programa aplikasaun Microsoft Excel no programa software SPSS ho versaun 20.0 atu hodi analiza Impaktu Implementasaun no Dezenvolvimento E-Commerce ba Interese Sosa (Pequeno no Medio Negosio) iha Dili, Timor-Leste.

### 4.2.2. Teste Validade

Hakerek nain utiliza teste validade ho objectivo atu hodi halo teste ba resultatado kestionariu peskiza nian. Sasukat iha teste Validade nian mak halo teste signifkansasia hodi halo komparasaun entre valor r konta ho valor r tabela

- Valor r konta  $>$  valor r tabela ho valor signifkansasia 0,05% nune'e resultado signifkado/ valido
- Valor r konta  $<$  valor r tabela ho valor sinifikado 0,05% entaun perguntas la signifkado/ invalido
- Formula valor teste validade  $Df=n$ ,  $Df=49$  ba pequeno negosio no  $Df= 65$  ba medio negosio.

**Tabela: 4.6. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel X1 Implementasaun E-Commerce ba Pequeno Negosio**

Variavel X1	Indikador	Item	Valor R kontagen	Valor R tabela	validitas
Implementasaun E-Commerce	Promosaun Faan	P1	0.527	0.288	Valido
		P2	0.599	0.288	Valido

		<b>P3</b>	<b>0.707</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Seguransa Sosa</b>	<b>P4</b>	<b>0.680</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P5</b>	<b>0.638</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P6</b>	<b>0.748</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P7</b>	<b>0.732</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Kualidade Produto</b>	<b>P8</b>	<b>0.818</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P9</b>	<b>0.739</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>

Fontes: Elabora Dadus Husi Kestionariu 2022

Bazeia ba tabela iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variabel X1 Implementasaun E-Commerce iha leten, ho nia valor kofiesiente korelasi ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.288 ou valor husi  $r_{kontagem} > r_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntas husi indikator promosaun faan, seguransa sosa no kualidade produto nia perguntas husi numeru 1 to numeru 9 validu hotu no perguntas hirak ne'e bele utiliza hodi halo peskiza tuir mai.

**Tabela: 4.7. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel X1 Implementasaun E-Commerce ba Medio Negosio**

<b>Variavel X1</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Valor R kontagen</b>	<b>Valor R tabela</b>	<b>validitas</b>
<b>Implementasaun E-Commerce</b>	<b>Promosaun Faan</b>	<b>P1</b>	<b>0.738</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P2</b>	<b>0.835</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P3</b>	<b>0.773</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
	<b>Seguransa Sosa</b>	<b>P4</b>	<b>0.766</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P5</b>	<b>0.794</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>

		<b>P6</b>	<b>0.807</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P7</b>	<b>0.763</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
	<b>Kualidade Produto</b>	<b>P8</b>	<b>0.776</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P9</b>	<b>0.702</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>

Fontes: Elabora Dadus Husi Kestionariu 2022

Bazeia ba tabela iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variavel X1 Implementasaun E-Commerce iha leten, ho nia valor kofiesiente korelasi ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.244 ou valor husi  $r_{kontagem} > \text{valor r}_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntas husi indikator promosaun faan, seguransa sosa no kualidade produto nia perguntas husi numeru 1 to numeru 9 validu hotu no perguntas hirak ne'e bele utliza hodi halo peskiza tuir mai.

**Tabela: 4.8. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel X2 Desenvolvimento E-Commerce ba Pequeno Negosio**

<b>Variavel X2</b>	<b>Indikador</b>	<b>Item</b>	<b>Valor R Kontagen</b>	<b>Valor R Tabela</b>	<b>Validitas</b>
<b>Desenvolvimento E-Commerce</b>	<b>Privacidade</b>	<b>P1</b>	<b>0.872</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P2</b>	<b>0.723</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Komfiabilidade</b>	<b>P3</b>	<b>0.734</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P4</b>	<b>0.821</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Informasaun Nebe Komfiavel</b>	<b>P5</b>	<b>0.848</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P6</b>	<b>0.813</b>	<b>0.288</b>	<b>valido</b>

Fontes: Elabora Dadus Husi Kestionariu 2022

Bazeia ba tabele iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variavel X2 Desenvolvimento E-Commerce iha leten, ho nia valor kofiesiente korelasi

ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.288 ou valor husi  $r_{kontagem} > \text{valor r}_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntan husi indikator Privacidade, komfiabilidade no informasaun nebe komfiavel nia perguntan husi numeru 1 to numeru 6 validu hotu no perguntan hirak ne'e bele utliza hodi halo peskiza tuir mai

**Tabela: 4.9. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel X2 Dezenvolvimento E-Commerce ba Medio Negosio**

Variavel X2	Indikador	Item	Valor R Kontagen	Valor R Tabela	Validitas
Dezenvolvimento E-Commerce	Privacidade	P1	0.830	0.244	Valido
		P2	0.741	0.244	Valido
	Komfiabilidade	P3	0.676	0.244	Valido
		P4	0.808	0.244	Valido
	Informasaun Nebe Komfiavel	P5	0.820	0.244	Valido
		P6	0.803	0.244	Valido

Fontes: Elabora Dadus Husi Kestionariu 2022

Bazeia bat abele iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variavel X2 *Dezenvolvimento E-Commerce* iha leten, ho nia valor kofiesiente korelasi ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.244 ou valor husi  $r_{kontagem} > \text{valor r}_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntan husi indikator privacidade, komfiabilidade no informasaun nebe komfiavel nia perguntan husi numeru 1 to numeru 6 validu hotu no perguntan hirak ne'e bele utliza hodi halo peskiza tuir mai

**Tabela: 4.10. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel Y Interesse Sosa Pequeno Negosio**

<b>Variabel Y</b>	<b>Indikador</b>	<b>item</b>	<b>Valor R Kontagen</b>	<b>Valor R Tabela</b>	<b>Validitas</b>
<b>Interese Sosa</b>	<b>Interese Tranzasional</b>	<b>P1</b>	<b>0.898</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P2</b>	<b>0.816</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Interese Refresinisial</b>	<b>P3</b>	<b>0.786</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
	<b>Interese Prefensial</b>	<b>P4</b>	<b>0.916</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>
		<b>P5</b>	<b>0.661</b>	<b>0.288</b>	<b>Valido</b>

Fontes: Elabora Dadus Husi Kestionariu 2022

Bazeia ba tabela iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variavel Y Interesse Sosa iha leten, ho nia valor kofiesiente korelasi ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.288 ou valor husi  $r_{kontagem} > r_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntas husi indikator Interesse Tranzasional, Interesse Refresinisial no interesse prefensial nia perguntas husi numeru 1 to numeru 5 validu hotu no perguntas hirak ne'e bele utliza hodi halo peskiza tuir mai.

**Tabela: 4.11. Resultado Teste Validade (Validitas) Variavel Y Interesse Sosa Medio Negosio**

<b>Variabel Y</b>	<b>Indikador</b>	<b>item</b>	<b>Valor R Kontagen</b>	<b>Valor R Tabela</b>	<b>Validitas</b>
<b>Interese Sosa</b>	<b>Interese Tranzasional</b>	<b>P1</b>	<b>0.852</b>	<b>0.244</b>	<b>Valido</b>
		<b>P2</b>	<b>0.821</b>	<b>0.244</b>	<b>valido</b>



	<b>Interese Refresinisial</b>	<b>P3</b>	<b>0.772</b>	<b>0.244</b>	<b>valido</b>
	<b>Interese Prefensial</b>	<b>P4</b>	<b>0.864</b>	<b>0.244</b>	<b>valido</b>
		<b>P5</b>	<b>0.797</b>	<b>0.244</b>	<b>valido</b>

Fontes: Elabora Dados Husi Kestionariu 2022

Bazeia ba tabela iha leten hatudu katak resultado ba kontagem teste validade husi variabel Y Interese sosa iha leten, ho nia valor kofesiente korelasi ne'ebe mak boot liu/maior husi 0.244 ou valor husi  $r_{kontagem} > \text{valor } r_{tabela}$ , tamba ne'e mak hakerek nain halo resumo katak perguntas husi indikator interese tranzasional, interesere fresinisial no interese prefensial, nia perguntas husi numeru 1 to numeru 5 validu hotu no perguntas hirak ne'e bele utliza hodi halo peskiza tuir mai

#### 4.2.3. Teste Realibilidade

Teste realibilidade mak uza hodi sukat konsistente sasukat (kestionariu) seraque resultado sei hanesan kalae wainhira halo teste fila fali. Teste reabilidade ne'ebe mak hakerek nain utliza iha peskiza ida ne'e mak metodu Cronbachs Alpha ho limitasaun point 0,60. Tuir *Pryanto (2014:66)*, define katak reabilidade ne'ebe mak menus husi 0,60 signifika la reliable no sekarik mais husi 0,60 mak signidika realible tamba perguntas nebe hakerek nain fo ba respondente tuir duni respondente nia necessidade.

Husi resultado elaborasaun dados ne'ebe peskizadora analiza, iha teste reabilidade ba kada variabel nian mak tuir mai ne'e:

Tabela:4.12. Resultado Teste Realibilidade Pequeno Negosio

<b>Reability Statistics</b>				
	Cronbachs Alpha		N Of Itemns	Klasifikasaun
X1	0,913		9	Reliabel

X2	0,840	0,60	6	Reliabel
Y	0,860		5	Reliabel

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

- a. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel X1 Implementasaun E-Commerce ho valor Cronbachs Alpha  $0,913 > 0,60$ , nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utiliza iha peskiza tuir mai.
- b. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel X2 Dezenvolvimento E-Commerce ho valor Cronbachs Alpha  $0,840 > 0,60$ , nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utiliza iha peskiza tuir mai.
- c. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel Y Interese Sosa ho valor Cronbachs Alpha  $0,860 > 0,60$ , nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utiliza iha peskiza tuir mai.

Tabela:4.13. Resultado Teste Realibilidade Medio Negosio

<b>Reability Statistics</b>				
	Cronbachs Alpha		N Of Items	Klasifikasaun
X1	0,914	0,60	9	Reliabel
X2	0,814		6	Reliabel
Y	0,856		5	Reliabel

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

- a. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel X1 Impelementasaun E-Commerce ho valor Cronbachs Alpha  $0,914 > 0,60$ , nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia

resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utliza iha peskiza tuir mai.

- b. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel X2 Dezenvolvimento E-Commerce ho valor Cronbachs Alpha 0,814>0,60, nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utliza iha peskiza tuir mai.
- c. Resultado tabela teste reabilidade ba variavel Y Interesse Sosa ho valor Cronbachs Alpha 0,856>0,60, nu'une ho item perguntas ne'ebe iha ho nia resultado reliabel ou konsisten. No teste/perguntas refere bele utliza iha peskiza tuir mai.

### 4.3. Teste Ipoteze Analiza Regreasi (Konta T no Teste F)

Resultado analiza regresaun parsial uza atu hatene kona ba influensia hipoteze ka variavel parsial husi variabel independente ba variavel dependent no variavel simultaneamente husi independente ba variavel dependent. Bazeia ba resultado kuestionariu no suporta husi aplikasaun SPSS ho versaun 20.0 ho ida ne'e resultado analiza regresaun linear bele hare iha tabela tuir mai:

#### 4.3.1. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X1(Implementasaun E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio

**Tabela: 4.14. Teste T (X1 ba Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.133	1.795		-.631	.531		
1 implementasaun E-commerce	.204	.083	.302	2.445	.000	.366	2.735
dezenvolvimento E-commerce	.563	.116	.601	4.861	.000	.366	2.735

a. Dependent Variable: interese sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Baseia ba tabela 4.14. hatudu katak valor signifkante impaktu variavel X1 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor T kontajem husi impaktu variavel X1 ba Y maka 2.445

boot liu valor T tabela 2.012 ( 2.445 >2.012). Signiifika katak Ho1 rejeita no Ha1 aceita (diterima) tan nee iha impaktu signifkante husi variabel X1 ba Y.

4.3.2. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X2(Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio

**Tabela: 4.15. Teste T (X2 ba Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.133	1.795		-.631	.531		
1 implementasaun E-commerce	.204	.083	.302	2.445	.000	.366	2.735
dezenvolvimento E-commerce	.563	.116	.601	4.861	.000	.366	2.735

a. Dependent Variable: interese sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2021

Baseia ba tabela 4.15. hatudu katak valor signifkante impaktu variabel X2 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor T kontajem husi impaktu variabel X2 ba Y maka 4.861 boot liu valor T tabela 2.012( 4.861 > 2.012). Signiifika katak Ho2 rejeita no Ha2 aceita (diterima) tan nee iha impaktu signifkante husi variabel X2 ba Y.

4.3.3. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X1(Implementasaun E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio

**Tabela: 4.16. Teste T (X1 ba Y)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.072	1.292		1.604	.114		
1 imolmentasaun E-Commerce	.233	.060	.457	3.847	.000	.259	3.868
Dezenvolvimento E-Commerce	.399	.104	.456	3.839	.000	.259	3.868

a. Dependent Variable: Interese Sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2021

Baseia ba tabela 4.16. hatudu katak valor signifkante impaktu variavel X1 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor T kontajem husi impaktu variavel X1 ba Y maka 3.847 boot liu valor T tabela 1.998 ( 3.847> 1.998). Signiifika katak Ho1 rejaita no Ha1 aceita (diterima) tan nee iha impaktu signifkante husi variavel X1 ba Y.

4.3.4. Teste T (Analiza Regreasi Parsial) X2(Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio

**Tabela: 4.17. Teste T (X2 ba Y)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.072	1.292		1.604	.114		
	imolementasaun E-Commerce	.233	.060	.457	3.847	.000	.259	3.868
	Dezenvolvimento E-Commerce	.399	.104	.456	3.839	.000	.259	3.868

a. Dependent Variable: Interese Sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2021

Baseia ba tabela 4.17. hatudu katak valor signifkante impaktu variavel X2 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor T kontajem husi impaktu variavel X2 ba Y maka 3.839 boot liu valor T tabela 1.998 ( 3.839> 1.998). Signiifika katak Ho2 rejaita no Ha2 aceita (diterima) tan nee iha impaktu signifkante husi variavel X2 ba Y.

#### 4.4. Teste F

4.4.1. Analiza Regreasi Simultanea X1 (Implementasaun E-Commerce)X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Pequeno Negosio

**Tabela: 4.18. Teste F (X1 & X2 ba Y)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	330.680	2	165.340	66.375	.000 <sup>b</sup>
Residual	114.585	46	2.491		
Total	445.265	48			

a. Dependent Variable: interese sosa

b. Predictors: (Constant), dezvoltamento E-commerce, implementasaun E-commerce

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Baseia ba tabela 4.18 hatudu katak valor signifkante impaktu variavel X1 no X2 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor F kontajem husi impaktu variavel X1 no X2 ba Y maka 66.375 boot liu valor F tabela 3.20 ( 66.375>3.20). Signifika katak Ho3 rejenta no Ha3 aseita, tan nee iha impaktu signifkante husi variavel X1 no X2 ba Y.

4.4.2. Analiza Regreasi Simultanea X1 (Implementasaun E-Commerce)X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba Y (Interese Sosa) iha Medio Negosio

**Tabela: 4.19. Teste F (X1 & X2 ba Y)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.706	2	300.353	106.326	.000 <sup>b</sup>
Residual	175.140	62	2.825		
Total	775.846	64			

a. Dependent Variable: Interese Sosa

b. Predictors: (Constant), Dezenvolvimento E-Commerce, imolementasaun E-Commerece

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Baseia ba tabela 4.19 hatudu katak valor signifkante impaktu variavel X1 no X2 ba Y maka 0,000 kiik liu 0,05. Valor F kontajem husi impaktu variavel X1 no X2 ba Y maka 106.326 boot liu valor F tabela 3.14 ( 106.326>3.14). Signifika katak Ho3 rejenta no Ha3 aseita, tan nee iha impaktu signifkante husi variavel X1 no X2 ba Y.

#### 4.5. Analiza Regreasi Linear Multiplu

**Tabela: 4.20. Tabela Analiza Regreasi Linear Multiplu (PequenoNegosio)**

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.133	1.795		-.631	.531		
1 implementasaun E-commerce	.204	.083	.302	2.445	.018	.366	2.735
dezenvolvimento E-commerce	.563	.116	.601	4.861	.000	.366	2.735

a. Dependent Variable: interese sosa

Formulasaun husi analiza regresaun linear multiplu mak hanesan tuir mai ne'e:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Lejenda

Y = betan 1<sub>3</sub> efektividades

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisiente determinasaun

X<sub>1</sub> = Implementasaun E-Commerce

X<sub>2</sub> = Dezenvolvimento E-Commerce

Resultado husi tabela iha leten hodi halo persamaan regresi multiplu mak hanesan tuir mai ne'e:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$$Y = -1.133 + 0,204X_1 + 0,563X_2$$

- Valor konstanta ho total -1.133, nu'une ho nia signifkante implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor 0, maka Interese sosa nia valor nebe'e boot ho total -1.133.
- Valor kofefisiente regresaun variabel Implementasaun E-Commerce ho nia valor positivo 0,204. Nu'une ho nia signifkante Implementasaun E-Commerce sae ba 1 nu'une valor 0,204.

- c. Valor koefisiente regresaun variavel Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor positivo Nu'une valor 0,563. ho nia signifkante *Dezenvolvimento E-Commerce* ho valor unitariu sae ba 1 unidade nu'une valor Dezenvolvimento E-Commerce 0,563.

**Tabela: 4.21. Tabela Analiza Regreasi Linear Multiplu (Medio Negosio)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.072	1.292		1.604	.114		
imolementasaun E-Commerce	.233	.060	.457	3.847	.000	.259	3.868
Dezenvolvimento E-Commerce	.399	.104	.456	3.839	.000	.259	3.868

a. Dependent Variable: Interese Sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Formulasaun husi analiza regresaun linear multiplu mak hanesan tuir mai ne'e:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Lejenda

Y = betan 1<sub>3</sub> efeektividades

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisiente determinasaun

X<sub>1</sub> = Implementasaun E-Commerce

X<sub>2</sub> = Dezenvolvimento E-Commerce

Resultado husi tabela iha leten hodi halo persamaan reagrei multiplu mak hanesan tuir mai ne'e:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$$Y = 2.072 + 0,233X_1 + 0,399X_2$$



- a. Valor constanta ho total 2.072, nu'une ho nia significante implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor 0, maka Interese sosa nia valor nebe'e boot ho total 2.072.
- b. Valor kofeficiente regresaun variavel Implementasaun E-Commerce ho nia valor positivo 0,233. Nu'une ho nia significante Implementasaun E-Commerce sae ba 1 nu'une valor 0,233.
- c. Valor kofeficiente regresaun variavel Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor positivo Nu'une valor 0,399. ho nia significante *Dezenvolvimento E-Commerce* ho valor unitariu sae ba 1 unidade nu'une valor Dezenvolvimento E-Commerce 0,399.

#### 4.6.Koefisien Determinante

**Tabela: 4.22. Tabela Analiza Korelasaun Valor R (Pequeno Negosio)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.743	.731	1.578

a. Predictors: (Constant), dezenvolvimento E-commerce, implementasaun E-commerce

b. Dependent Variable: interese sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela 4.22. iha leten hatudu katak valor Kofisiente determinante (R Square) iha pequeno negosio ne'ebe atu determina persentagem influensia variavel independente (X1) ho (X2) ba variavel dependente (Y) Desicoes Interese Sosa ho valor 0,743 Ho nu'une persentagem entre variavel Implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce ba Interese Sosa ho valor 74.3% no restu 100-74,3=25,7 nebe hetan influensia husi faktorese seluk ne'ebe la inklui iha hakerek nain nia peskiza.

**Tabela: 4.23. Tabela Analiza Korelasaun Valor R (Medio Negosio)**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.880 <sup>a</sup>	.774	.767	1.681	2.284

a. Predictors: (Constant), Dezenvolvimento E-Commerce, imolementasaun E-Commerece

b. Dependent Variable: Interesse Sosa

Fontes: Elabora Dadus Kuestionariu 2022

Bazeia ba tabela 4.23. iha leten hatudu katak valor Kofisiente determinante (R Square) medio negosio ne'ebe atu determina persentagem influensia variavel independente (X1) ho (X2) ba variavel dependente (Y) Interesse sosa ho valor 0,774 Ho nu'une persentagem entre variavel Implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce ba Interesse Sosa ho valor 77.4 % no restu  $100-77.4=22.6$  nebe hetan influensia husi faktore seluk ne'ebe la inklui iha hakerek nain nia peskiza.

## KAPITULO V CONCLUSAO/CONSIDERAÇÃO FINAIS/ RECOMMENDAÇÃO

### 5.1. Konkluzaan

Bazeia ba resultado peskiza ida ne'e hakerek nain halo rezumo badak husi topiku ne'ebe mak deskreve husi variabel sira, mak hanesan Implementasaun no Dezenvolvimento E-Commerce mak hanesan atividade ida ne'ebe mak pertinente tebes hodi hasae intrese sosa husi konsumidores sira, tamba liu husi implementasaun no dezenvolvimento E-Commerce maka pequeno no medio negosio sira bele halo fasil konsumidores sira hodi halo transaksaun no fim konsumidores iha interese duni atu bele foti desijaun hodi kompra produto nebe sira hakarak ou gosta.

Konkluzaan ba resultado analiza dados mak hanesan tuir mai ne'e:

1. Baseia ba rezultadu teste T ba Pequeno Negosio hatudu katak impaktu variabel X1 (Implementasaun E-Commerce) ba variabel Y (Interese sosa) signifikan ho valor T kontajem boot liu T tabela  $2.445 > 2.012$ . Iha parte seluk impaktu variabel X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba variabel Y (interese sosa) signifikan ho valor T kontajem boot liu T tabela  $4.861 > 2.012$ .
2. Baseia ba rezultadu teste T ba Medio Negosio hatudu katak impaktu variabel X1 (Implementasaun E-Commerce) ba variabel Y (Interese sosa) signifikan ho valor T kontajem boot liu T tabela  $3.847 > 1.998$ . Iha parte seluk impaktu variabel X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba variabel Y (interese sosa) signifikan ho valor T kontajem boot liu T tabela  $3.839 > 1.998$ .
3. Baseia ba rezultadu teste F ba Pequeno negosio hatudu katak impaktu variabel X1 (Implementasaun E-Commerce) ho variabel X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba variabel Y (Interese Sosa) signifikan ho valor F kontajem boot liu F tabela  $66.375 > 3.20$ .
4. Baseia ba rezultadu teste F ba Medio negosio hatudu katak impaktu variabel X1 (Implementasaun E-Commerce) ho variabel X2 (Dezenvolvimento E-Commerce) ba variabel Y (Interese Sosa) signifikan ho valor F kontajem boot liu F tabela  $106.326 > 3.14$ .

5. Bazeia ba resultado regresi multiplu ba Pequeno Negosio hatudu katak Valor constante ho total -1,133, nu'une signifika implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce kuandu iha valor 0, maka interese sosa nia valor total -1,133. Valor kofefisiente regresaun variavel Implementasaun E-Commerce ho valor positivo 0,204. Nu'une signifika kuandu valor koefisiente Implementasaun E-Commerce sae ba 1 maka valor variavel Implementasaun E-Commerce mos sae ba valor 0,204. Valor kofefisiente regresaun variavel Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor positivo Nu'une valor 0,563. ho nia signifikante *Dezenvolvimento E-Commerce* ho valor unitariu sae ba 1 unidade nu'une valor Dezenvolvimento E-Commerce 0,563.
6. Bazeia ba resultado regresi multiplu ba Medio Negosio hatudu katak Valor constante ho total 2.072, nu'une signifika implementasaun E-Commerce no Dezenvolvimento E-Commerce kuandu iha valor 0, maka interese sosa nia valor total 2.072. Valor kofefisiente regresaun variavel Implementasaun E-Commerce ho valor positivo 0,233. Nu'une signifika kuandu valor koefisiente Implementasaun E-Commerce sae ba 1 maka valor variavel Implementasaun E-Commerce mos sae ba valor 0,233. Valor kofefisiente regresaun variavel Dezenvolvimento E-Commerce ho nia valor positivo Nu'une valor 0,399. ho nia signifikante *Dezenvolvimento E-Commerce* ho valor unitariu sae ba 1 unidade nu'une valor Dezenvolvimento E-Commerce 0,399.
7. Bazeia ba resultadu husi peskiza ida ne'e hatudu katak valor R square ba Pequeno Negosio mak 0,743 signifika katak iha impaktu 74.3 % husi variavel independente X1 no X2 ba variavel dependente Y no restu 25.7% hetan influensia husi variavel seluk nebe peskizador la peskiza iha teze ida nee.
8. Bazeia ba resultadu husi peskiza ida ne'e hatudu katak valor R square ba Medio Negosio mak 0,774 signifika katak iha impaktu 77.4 % husi variavel independente X1 no X2 ba variavel dependente Y no restu 22.6% hetan influensia husi variavel seluk nebe peskizador la peskiza iha teze ida nee.

## 5.2. Rekomendasaun

Bazeia ba resultado peskiza ida ne'e hakerek nain hakarak rekomena:

- a. Peskizador hakarak rekomena ba pequeno no medio negosio atu desenvolve liu tan marketing ne'ebe aplika liu husi E-Commerce hodi bele atrai konsumidores no habelar transaksaun online ne'be mak kompania iha hodi hafasil Konsumidores sira atu hatene lalais, bele kompleta konsumidores nia necessidade no bele compete iha merkadoria.
- b. Peskizadora hakarak rekomena ba pequeno no medio negosio atu bele halo inovasaun ba transaksaun online atu sai uniku transaksaun nebe bele dezenvolve ekonomia rai laran.
- c. Peskizadora hakarak rekomena mos ba pequeno no mediao negosio sira nebe implementa E-commerce atu bele sosializa liu tan vantagem husi transaksaun online ba sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Putra, Y. M., (2021). *Definisi Konsep Sistem Informasi Akuntansi. Modul Kuliah Sistem Informasi Akuntansi Jakarta: FEB-Universitas Mercu Buana.*
  2. Choiriah, S., & Sudibyo, Y. A. (2020). *Competitive Advantage, Organizational Culture and Sustainable Leadership on the Success of Management Accounting Information System Implementation.*
  3. Fuadah, H., & Setiyawati, H. (2020). *The EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF TRANSPARENCY AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON THE QUALITY OF FINANCIAL REPORTS. IJO-International Journal of Business Management, 3(11), 01-12.*
  4. Hanifah, S., Sarpingah, S., & Putra, Y. M. (2020). *The Effect of Level of Education, Accounting Knowledge, and Utilization of Information Technology toward Quality the Quality of MSME's Financial Reports. In The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences (ACEBISS) 2019 (Vol. 1, No. 3).*
  5. Iskandar, D. (2015). *Analysis of factors affecting the success of the application of accounting information system. International Journal of scientific & Technology research, 4(2), 155-162*
  6. Susanto, A. (2018, June). *The Influence of Information Technology on the Quality of Accounting Information System. In Proceedings of the 2018 2nd High Performance Computing and Cluster Technologies Conference (pp. 109-115).*
  7. Putra, Y. M. (2019). *Analysis of Factors Affecting the Interests of SMEs Using Accounting Applications. Journal of Economics and Business, 2(3), 818-826.*
  8. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6143540c50b02/bahaya-lingkungan-di-balik-maraknya-belanja-online> di akses tanggal 17 November 2021
  9. <http://mrdzakufauzan.blog.upi.edu/2021/01/06/bab-9-mencapai-keunggulan-operasional-dan-kedekatan-pelanggan-aplikasi-perusahaan/> di akses tanggal 16 November 2021
- <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a5514279f8/telisik-kuasa-alibaba-di-lazada-teknologi-logistik-hingga-pembayaran> di akses tanggal 16 November 2021

10. Hartman, Amir dan Sifonis, John. 2000. Net Ready-Strategies for Success in the Economy. United States : McGraw-Hill.
11. Lawson, R. et al. 2003. Factors Affecting the Adoption of Electronic Commerce Technologies by SMEs: An Australian Study. Journal of Small Business Enterprises and Development Vol.13 N0.4 pp. 507-524
12. Shiels, H., McIvor, R., O'Reilly, D. 2003. Understanding The Implications of ICT Adoption: Insights from SMEs. Journal of Logistic Information Management Vol 16 No. 5
13. Duan, Y et al. Addressing ICTs Skill Challenges in SMEs : Insight from Three Country Investigations. Journal of European Industrial Training Vol 26