

**Pengaruh Kepercayaan dan *Reward* Non-Material Terhadap
Komitmen Relasional Jemaat dalam Konteks Program Poin
Digital Gereja GBI Rayon 1D**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Henny

NIM 1221713078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Henny

Nim :1221713078

Tanda Tangan



Tanggal : 23 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

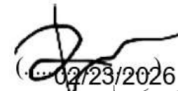
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Henny
NIM : 1221713078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan *Reward* Non-Material Terhadap Komitmen Relasional Jemaat dalam Konteks Program Poin Digital Gereja GBI Rayon 1D

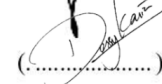
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)

( 02/23/2026)

Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A

()

Penguji 2 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.

()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal: 23 Februari 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji, hormat, dan syukur penulis naikkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih, penyertaan, serta anugerah-Nya yang senantiasa memampukan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tanpa pertolongan Tuhan, penulis tidak mungkin dapat melalui proses panjang penelitian hingga tahap akhir dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Dengan penuh kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan kontribusi sepanjang proses penyusunan Tugas Akhir ini:

1. Tuhan Yesus Kristus, sumber hikmat, kekuatan, damai sejahtera dan sukacita serta pengharapan, karena tanpa penyertaan-Nya penulis tidak akan dapat mencapai titik ini. Segala kemuliaan hanya bagi Tuhan Yesus.
2. Ibu Alifia Firiliani, S.I.Kom., M.A. (HCM) selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti bagi penyempurnaan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A dan Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., [M.Si](#) selaku dosen penguji Tugas Akhir, yang telah memberikan masukan yang berharga sehingga penelitian ini menjadi lebih *comprehensive*.
4. Suami tercinta, Andre Yufisa Wibowo, atas pengertian, dukungan, serta pengorbanan yang tidak pernah berhenti menyertai setiap perjalanan penulis. Terima kasih atas cinta, kepercayaan, dan semangat yang terus diberikan, sehingga menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
5. Apoo dan Apret yang selalu menemani penulis dalam mencari riset, memberikan semangat dan keceriaan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh rekan kerja dan rekan pelayanan di GBI Rayon 1D, yang dengan tulus memberikan dukungan, waktu, serta bantuan selama proses pengisian

7. kuesioner penelitian ini. Kerja sama dan kontribusi yang diberikan sangat membantu kelancaran pengumpulan data dalam penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan “Anak Cafe Deca”, yang selalu memberikan semangat dan keyakinan penuh bahwa penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Terima kasih atas energi positif yang terus menguatkan penulis sepanjang proses penyusunan penelitian ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 23 Februari 2026

Penulis,



Henny

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Henny
NIM : 1221713078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kepercayaan dan *Reward* Non-Material Terhadap Komitmen Jemaat dalam Konteks Program Poin Digital Gereja GBI Rayon 1D

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Februari 2026

Yang menyatakan,



Henny

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN *REWARD* NON-MATERIAL TERHADAP KOMITMEN RELASIONAL JEMAAT DALAM KONTEKS PROGRAM POIN DIGITAL GEREJA GBI RAYON 1D

Henny

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kepercayaan dan *reward non-material* terhadap komitmen relasional jemaat dalam program poin digital GBI Rayon 1D. Penurunan kehadiran jemaat pasca-pandemi mendorong gereja mengembangkan inovasi pelayanan berbasis digital untuk memperkuat keterlibatan jemaat. Pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research* digunakan terhadap 392 responden melalui kuesioner berbasis skala Likert. Analisis regresi linear berganda menunjukkan kepercayaan dan *reward non-material* berpengaruh signifikan terhadap komitmen relasional, baik secara parsial maupun simultan, dengan kontribusi sebesar 61,2%. Kepercayaan yang dibangun melalui integritas, niat baik, dan kemampuan teknis sistem menjadi fondasi utama komitmen jemaat. Sementara apresiasi simbolik, pengakuan sosial, rasa memiliki, dan pertumbuhan spiritual memberikan nilai emosional yang memperkuat ikatan relasional. Program poin digital tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme administratif, tetapi telah bertransformasi menjadi instrumen komunikasi relasional yang efektif dalam memperkuat kedekatan emosional antara gereja dan jemaat di era digital.

Kata Kunci: kepercayaan, *reward non-material*, komitmen relasional, program poin digital, komunikasi gereja

THE EFFECT OF TRUST AND NON-MATERIAL REWARDS ON CONGREGANTS' RELATIONAL COMMITMENT IN THE CONTEXT OF THE GBI RAYON 1D CHURCH DIGITAL POINTS PROGRAM

Henny

ABSTRACT

This study examines the effect of trust and non-material rewards on congregants' relational commitment within the digital points program of GBI Rayon 1D. The post-pandemic decline in congregational attendance has encouraged churches to develop digital service innovations to strengthen congregational engagement. Using a quantitative approach and an explanatory research design, data were collected from 392 respondents through a Likert-scale questionnaire. Multiple linear regression analysis indicates that trust and non-material rewards have a significant effect on relational commitment, both partially and simultaneously, accounting for 61.2% of the variance. Trust built through integrity, benevolence, and the system's technical capability serves as a central foundation for congregants' commitment. Meanwhile, symbolic appreciation, social recognition, a sense of belonging, and spiritual growth provide emotional value that reinforces relational bonds. The digital points program functions not merely as an administrative mechanism, but has evolved into an effective relational communication instrument that strengthens emotional closeness between the church and its congregation in the digital era.

Keywords: *trust, non-material rewards, relational commitment, digital points program, church communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.4.3 Manfaat Sosial.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	7
2.1 Psikologi Komunikasi.....	7
2.2 Teori Pertukaran Sosial (<i>Social Exchange Theory</i>).....	8
2.2.1 <i>Cost</i>	9
2.2.2 <i>Reward</i>	10
2.2.2.1 <i>Reward</i> Material.....	11
2.2.2.2 <i>Reward</i> Non Material.....	11
2.2.2.2.1 Dimensi <i>Reward</i> Non Material.....	13
A. Apresiasi (<i>Appreciation</i>).....	13
B. Pengakuan Sosial (<i>Social Recognition</i>).....	14
C. Rasa Memiliki (<i>Sense of Belonging</i>).....	14
D. Pemenuhan Spiritual (<i>Spiritual Fulfillment</i>).....	14

2.3 Konsep <i>Relationship Marketing Communication</i>	15
2.3.1 <i>Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing</i>	16
2.3.1.1 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	17
2.3.1.1.1 Dimensi Kepercayaan.....	19
A. <i>Ability</i> (Kemampuan).....	19
B. <i>Benevolence</i> (Niat Baik).....	20
C. <i>Integrity</i> (Integritas).....	20
2.3.1.2 Komitmen.....	21
2.3.1.2.1 Dimensi Komitmen.....	22
A. Komitmen Afektif.....	22
B. Komitmen Normatif.....	23
C. Komitmen Kontinu.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
2.5 Kebaruan Penelitian.....	28
2.6 Kerangka Pemikiran.....	28
2.7 Model Kerangka Pemikiran.....	32
2.8 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain dan Pendekatan.....	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1 Populasi Penelitian.....	35
3.3.2 Sampel Penelitian.....	36
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
A. Data Primer.....	38
B. Data Sekunder.....	39
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
A. Deskripsi karakteristik responden.....	42
B. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	43
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45

3.7.3.1 Model Regresi Linier Berganda.....	45
3.7.3.2 Koefisien Regresi.....	46
3.7.3.3 Uji t (Uji Parsial).....	46
3.7.3.4 Uji F (Uji Simultan).....	47
3.7.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.7.4 Uji Hipotesis.....	48
3.8 Konsep Operasionalisasi Variabel.....	49
BAB IV.....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	59
4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.4 Uji Analisis Data.....	65
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	65
4.4.2 Analisis Deskriptif per Dimensi.....	67
4.4.3 Frekuensi Per Item Pernyataan.....	68
4.4.3.1 Variabel Kepercayaan (X1).....	68
4.4.3.2 Variabel Reward Non Material (X2).....	71
4.4.3.3 Variabel Komitmen Relasional (Y).....	74
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	77
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
A. Analisis Scatterplot.....	79
B. Analisis Uji Glejser.....	80
4.5.4 Hasil Uji Linearitas.....	81
4.6 Pengujian Hipotesis.....	82
4.6.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	82
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	84
4.6.3 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
A. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Komitmen Relasional (Y).....	84
B. Pengaruh Reward Non Material (X2) terhadap Komitmen Relasional (Y).....	85

4.6.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.7.2 Pembahasan Pengaruh Reward Non Material (X2) terhadap Komitmen Relasional (Y).....	88
4.7.3 Pembahasan Pengaruh Kepercayaan (X1) dan Reward Non Material (X2) secara simultan terhadap Komitmen Relasional (Y). 90	
4.7.4 Pembahasan Faktor-Faktor di Luar Penelitian yang Mempengaruhi Komitmen Relasional.....	92
A. Faktor Kemampuan Dalam Kinerja Teknis Sistem Pelayanan Poin Digital.....	93
B. Faktor Pengakuan Sosial dan Iklim Apresiasi dalam Komunitas.....	94
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.3 Saran dan Implikasi.....	98
5.3.1 Saran untuk penelitian selanjutnya.....	98
5.3.2 Saran untuk Industri / Organisasi / Subjek Penelitian.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Jemaat 2020-2024.....	1
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Tampilan Penyebaran Kuesioner melalui Grup Whatsapp Cool dan Announcements Community GBI Rayon 1D.....	55
Gambar 4.2 Grafik Nilai Rata-rata Variabel X1.....	69
Gambar 4.3 Grafik Nilai Rata-rata Variabel X2.....	73
Gambar 4.4 Grafik Nilai Rata-rata Variabel Y.....	75
Gambar 4.5 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	79
Gambar 4.8 Hasil Uji Glejser.....	80
Gambar 4.9 Hasil Uji Linearitas X1 dan X2 terhadap Y.....	81
Gambar 4.10 Hasil Uji Regresi.....	81
Gambar 4.11 Hasil Uji F.....	83
Gambar 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2 Dimensi Variabel dalam Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3.1 Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Tabel Keakuratan Cronbach's Alpha.....	41
Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	57
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	65
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan pada Variabel Kepercayaan.....	68
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan pada Variabel Reward Non Material.....	71
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan pada Variabel Komitmen Relasional.....	74
Tabel 4.8 Uji Normalitas (One Sample Kolmogorov-Smirnov).....	77
Tabel 4.9 Tabel Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	104
KUESIONER PENELITIAN.....	104
Lampiran 2.....	110
Uji Deskriptif Karakteristik Responden.....	110
Lampiran 3.....	112
Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden.....	112
Lampiran 4.....	121
Uji Validitas N: 392 (X1).....	121
Lampiran 5.....	122
Uji Validitas N: 392 (X2 dan Y).....	122
Lampiran 6.....	123
Uji Reliabilitas X1,X2,Y.....	123