



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BMT ISLAMIC CENTRE
KABUPATEN CIREBON**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)
Pada Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam
Fakultas Syariah**



Disusun oleh :

Lailatul Mubarakah

NIM 58320132

**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
FAKULTAS SYARIAH JURUSAN MUAMALAT EKONOMI PERBANKAN
ISLAM CIREBON**

2013



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BMT ISLAMIC CENTRE KABUPATEN CIREBON

LAILATUL MUBAROKAH
(kawai_beauty@yahoo.com)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon, untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon serta untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian menggunakan angket. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji regresi ganda. Setelah melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji transformasi, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Disimpulkan juga pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
NOTA DINAS	ii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Loyalitas	8
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas	8
2.1.1.2 Karakteristik dan Tingkatan Loyalitas	10
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	13
2.1.2 Kualitas Produk	15
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.1.2.2 Macam Produk	17
2.1.2.3 Kualitas Produk Dalam Islam	19
2.1.2.4 Strategi Produk Rasulullah SAW	21
2.1.3 Kualitas Pelayanan	26
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.1.3.2 Konsep Pelayanan Dalam Islam	30
2.1.3.3 Etika Pelayanan	34
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran	46
2.4 Kerangka Konseptual	48
2.5 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	50
3.2 Definisi Operasional Variabel	50



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3.3 Jenis Data	54
3.4 Sumber Data	54
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.6 Teknik Sampling	55
3.7 Teknik Pengumpulan Data	56
3.8 Instrumen Penelitian	57
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	58
3.10 Teknik Analisis Data	66
3.11 Analisis Statistik	68
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	75
4.2 Pembahasan	106
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi menyebabkan kondisi perbankan nasional menjadi turun selama periode tahun 1997-2000, sehingga membuat pemerintah harus melakukan keputusan dengan melikuidasi sejumlah bank-bank swasta dan pemerintah yang dinilai sangat buruk kinerjanya. Akibatnya jumlah bank yang beroperasi di Indonesia hingga tahun 2001 merosot tajam. Antara tahun 1997-2000 pemerintah telah menutup 67 bank. Jumlah kantor bank berkurang 518 buah, sehingga kantor bank yang beroperasi tinggal 151 buah.

Selain itu, setelah dilikuiditasnya sejumlah bank-bank swasta dan pemerintah, masyarakat yang memiliki dana terdorong untuk mengalihkan uangnya ke lembaga-lembaga keuangan yang kecil yang lebih tahan terhadap dampak krisis. Kepercayaan dari para investor mulai tumbuh terhadap keberdaan lembaga keuangan mikro (LKM). Sebuah lembaga yang lahir atas dasar semangat menegakan perekonomian syariah. Sebuah lembaga yang sekarang kita kenal dengan nama *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). BMT adalah kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Mal wat Tamwil*, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsi-prinsip syariah.

Era perdagangan bebas dewasa ini, perusahaan dituntut untuk menemukan dan membangun sistem manajemen yang mampu secara profesional meretensi para pelanggannya. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam melakukan retensi pelanggan ini adalah pertama karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat pendapatan perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen.

Memiliki pelanggan/nasabah yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas pelanggan/nasabah dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan pelanggan dengan tingkatan tertinggi yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanannya masing-masing, ini menjadikan pelanggan/nasabah dapat menyeleksi terhadap produk mana yang akan mereka pilih dan tempat mana yang akan mereka kunjungi sebagai tempat untuk menghabiskan uang mereka. Produk merupakan elemen kunci dalam pengawasan pasar.

Dengan kualitas pelayanan yang sempurna dapat membuat nasabah menjadi puas, dan mereka tidak akan berfikir ulang untuk tidak loyal. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan sebuah



perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Kalau ditelusuri, perusahaanlah yang harus aktif dalam proses mempertahankan pelanggan.

Dalam kegiatan operasionalnya BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tidak merasa kecewa. Peningkatan pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pada bagian *front liner*, yang terdiri dari *teller* dan *customer service*. Hal tersebut disebabkan karena nasabah memiliki frekuensi berinteraksi yang cukup tinggi dengan kedua bagian tersebut.

Jika dilihat dalam persaingan industri keuangan mikro khususnya di Kabupaten Cirebon, BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon yang berada di Jalan Tuparev Cirebon merupakan salah satu BMT yang harus bersaing dengan BMT yang ada di Kabupaten Cirebon. Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa bagi para nasabahnya, BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon tentunya dihadapkan pada beberapa masalah.. Permasalahan tersebut adalah ketika pembiayaan ulang yang mereka ajukan tidak direalisasi oleh pihak BMT. Masalah tersebut dapat menyebabkan nasabah tidak mempunyai loyalitas terhadap BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon. Dengan demikian pelayanan di BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon harus ditingkatkan khususnya bagian *front liner*, sebab apabila pelayanan tidak ditingkatkan, kemungkinan nasabah tidak akan loyal dan berpaling dari BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon ke BMT lain yang memberikan pelayanan lebih baik.



Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta promosi yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi yang menarik untuk diteliti dan mencari tahu lebih dalam tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diminati para nasabah/pelanggan yang akan mendatangkan kelayakannya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Islamic Centre Kota Cirebon”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk secara parsial mempengaruhi loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre kota Cirebon ?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre kota Cirebon ?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon.
4. Bagaimana gambaran kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon?



1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon.
4. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Islamic Centre Kabupaten Cirebon.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan kajian-kajian ilmu ekonomi pada saat sekarang dan yang akan datang.

2. Manfaat untuk Penulis

Sebagai alat ukur kemampuan penulis dalam membuat karya ilmiah dan mengembangkan suatu pemikiran yang kritis, menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih luas.

3. Manfaat untuk Perusahaan



Memberikan informasi tambahan kepada perusahaan agar dapat menetapkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan. Dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pada BMT Islamic Centre kota Cirebon agar dapat berjalan dengan efisien dan efektif demi tercapainya visi dan misi yang telah ditetapkan perusahaan.

4. Manfaat Akademik

Sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syeh Nurjati Cirebon khususnya jurusan Ekonomi Perbankan Islam (EPI) Fakultas Syariah sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun kebijakan institusi menghadapi tantangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang ekonomi syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka menjelaskan loyalitas, kualitas produk, kualitas pelayanan, kerangka berfikir, kerangka konseptual dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian sebagai gambaran proses penelitian lapangan disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, meliputi objek penelitian, definisi operasional, jenis data, sumber data,



populasi dan sampel, tehnik sampling, tehnik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian, tehnik analisis data dan analisis statistik.

Bab IV yang menguraikan hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian meliputi deskripsi responden, gambaran distribusi variabel, analisis statistik, dan pembahasan.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian dari berbagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab IV. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai dari hasil kesimpulan yang diperoleh.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif , M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2006 . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Buchori , Achmad, Herry dan Saladin , Djaslim. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung : Linda Karya
- Ellitan Lena dan Lina Anatan. 2007. *Manajemen Operasi dalam Era baru Manufaktur*. Bandung : Alfabeta
- Hasan Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 1988. Jakarta : Balai Pustaka
- Kasmir. 2000. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung : PT. Mizan Pustaka
- Khoiriyah, Masnuatul. 2010 *Analisis Pelayanan Perum Pegadaian Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Pegadaian Syariah di Cabang Malang)*.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang

Kotler. Philip. 2003 *Marketing Management, 11th Edition*. Jakarta : Prentice Hall
Int'l, New Jersey

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12*.
Jakarta : PT. Indeks

Malayu SP Hasibuan . 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Bumi Aksara

Narbuko, Cholid dan Aabu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi
Aksara

Nasution M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia

Priyatno, Duwi 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta:
Media Kom

Ridwan dan Alkon, *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung : Alfabeta,
2006

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung :
Alfabeta

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Suyanto, M. 2008. *Muhammad Business Strategy dan Ethics*. Yogyakarta : Andi



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Stapleton, James J. 2004 . *Executive's Guide To Knowledge Manajemen Translation*.

Jakarta : Erlangga

Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. cet 1. Jakarta : Bumi Aksara

Tjipto. Fandy. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Jogjakarta : Andi

Tjipto. Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta :

Rajawali Pers

Wijaya, Tony . 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta:

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

<http://manajemenpemasran.blogspot.com/2008/12/penjelagambar-etika-pemasaran->

[menurut.html](http://manajemenpemasran.blogspot.com/2008/12/penjelagambar-etika-pemasaran-menurut.html) diakses pada 1 April 2012 pukul 19.00 wib

[http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2205261-konsep-pelayanan-dalam-](http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2205261-konsep-pelayanan-dalam-islam/)

[islam/](http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2205261-konsep-pelayanan-dalam-islam/) diakses pada 1 November 2012 pukul 13.06 wib

<http://sahabat-amrin.blogspot.com/2011/03/etika-karyawan-bank-dalam-memberikan.>

[diakses pada 18 November 2012 pukul 20.00 wib](http://sahabat-amrin.blogspot.com/2011/03/etika-karyawan-bank-dalam-memberikan.)