

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang inovasi perubahan penggunaan WhatsApp Business API dan dampaknya terhadap efektivitas Customer Relationship Management (CRM) di PT Asia Teknologi Solusi. Inovasi ini diimplementasikan untuk meningkatkan interaksi antara perusahaan dan pelanggan, serta memperbaiki pengelolaan hubungan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business API membawa perubahan positif dalam efektivitas CRM, meningkatkan responsivitas perusahaan terhadap pelanggan, serta memperbaiki proses komunikasi dan layanan pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya integrasi teknologi baru seperti WhatsApp Business API dalam strategi CRM perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan hubungan dengan pelanggan.