

## **Intisari**

Penilaian legitimasi pragmatis perusahaan pada dasarnya bukan hanya merupakan fenomena pada level organisasi, namun juga terjadi pada level individual. Oleh karena itu, sejumlah variabel pada level individual seperti sistem nilai keterbukaan terhadap perubahan, afeksi positif, dan familieritas perusahaan, berpotensi memiliki pengaruh terhadap penilaian legitimasi pragmatis perusahaan. Penelitian ini memanfaatkan data dari 211 responden dan menggunakan metode *structural equation modeling – partial least square* (SEM – PLS). Penelitian ini menemukan bahwa sistem nilai keterbukaan terhadap perubahan dan afeksi positif berpengaruh positif terhadap penilaian legitimasi pragmatis perusahaan. Penelitian ini juga menemukan bahwa familieritas perusahaan memoderasi pengaruh sistem nilai keterbukaan terhadap perubahan terhadap penilaian legitimasi pragmatis. Namun penelitian ini tidak menemukan bukti bahwa familieritas perusahaan memoderasi pengaruh afeksi positif terhadap penilaian legitimasi pragmatis.

Kata kunci: penilaian legitimasi pragmatis, sistem nilai keterbukaan terhadap perubahan, afeksi positif, familieritas perusahaan

### Abstract

*Essentially, pragmatic legitimacy judgement of a company is not only a phenomenon at organizational level, but it is also occurred at individual level. Therefore, individual level variables, such as openness to change value system, positive affect, and company familiarity, could also play role in pragmatic legitimacy judgment. This research utilized data from 211 participants and employed structural equation modeling – partial least square (SEM-PLS). This research found that openness to change value system and positive affect played positive role in pragmatic legitimacy judgment. This research also found that company familiarity moderated the relationship between openness to change value system and pragmatic legitimacy judgment. This research did not found any evidence that company familiarity moderated the relationship between positive affect and pragmatic legitimacy judgment.*

*Key words: pragmatic legitimacy judgement, openness to change value system, positive affect, company familiarity*